

# **ANALISIS SWOT STRATEGI PROMOSI DI BMT AR**

**RAHMAH KUTOREJO MOJOKERTO**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Mar'atus Solikhah  
20161700229021**

**Pembimbing I:**

**Muawanah, M.E.I  
2015.01.035**

**Pembimbing II:**

**Sundari, M.Pd  
2015.01.033**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM**

**2020**

# **ANALISIS SWOT STRATEGI PROMOSI DI BMT AR**

## **RAHMAH KUTOREJO MOJOKERTO**

Skripsi

Diajukan kepada:

Fakultas Syariah Institut Pesantren KH Abdul Chalim  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi Syariah

Oleh:

**Mar'atus Solikhah**  
**20161700229021**

Pembimbing I:

**Muawanah, M.E.I**  
**2015.01.035**

Pembimbing II:

**Sundari, M.Pd**  
**2015.01.033**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM**

**2020**

## ABSTRAK

**Judul** : Analisis Swot Strategi Promosi Di Bmt Ar- Rahmah Kutorejo  
**Penulis** : Mar'atus Solikhah  
**NIM** : 20161700229021

---

**Kata Kunci** : Strategi Promosi, Analisis SWOT

Skripsi ini membahas tentang penerapan strategi promosi yang digunakan melalui analisis SWOT pada suatu instansi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penerapan berbagai macam strategi promosi yang telah diterapkan atau belum diterapkan secara maksimal dalam proses promosi suatu instansi. Penelitian ini dilakukan guna mencari berbagai data sumber, dan informasi mengenai pengaplikasian strategi promosi yang diterapkan oleh BMT Ar Rahmah Kutorejo dari tahun ke tahun.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif yang dilakukan di BMT Ar Rahmah Kutorejo dari tahun ke tahun. BMT Ar Rahmah Kutorejo dijadikan sebagai sumber dari berbagai informasi untuk mengetahui penerapan strategi promosi yang digunakan oleh pihak BMT Ar Rahmah Kutorejo. Adapun data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh pihak BMT Ar Rahmah Kutorejo telah menerapkan beberapa strategi promosi dengan tepat sesuai dengan teori yang sudah tertera, analisis SWOT yang dilakukan oleh BMT Ar Rahmah didasarkan pada prioritas waktu dalam proses pengerjaannya secara bertahap, promosi mempunyai pengaruh yang cukup besar, seperti pendanaan yang lebih besar, keadaan, dan terakhir adalah tingkat siklus kehidupan produk yang dicapai sudah dapat digunakan atau belum.

## ABSTRACT

**Title : Swot Analysis Of Promotional Strategies At Bmt Ar-Rahmah Kutorejo**

**Author : Mar'atus Solikhah**

**NIM : 20161700229021**

---

**Keywords:** Promotion Strategy, SWOT Analysis

This thesis discusses the implementation of promotional strategies used through SWOT analysis in an agency. This research is motivated by the application of various promotional strategies that have been implemented or have not been implemented optimally in the promotion process of an agency. This research was conducted to look for various data sources and information regarding the application of promotional strategies implemented by BMT Ar Rahmah Kutorejo from year to year.

The type of research used is qualitative research carried out at BMT Ar Rahmah Kutorejo from year to year. BMT Ar Rahmah Kutorejo is used as a source of various information to find out the implementation of promotional strategies used by BMT Ar Rahmah Kutorejo. The data obtained by researchers was from interviews and documentation

The results of this research prove that the promotional strategy used by BMT Ar Rahmah Kutorejo has implemented several promotional strategies appropriately in accordance with the stated theory, the SWOT analysis carried out by BMT Ar Rahmah is based on time priorities in the process of carrying out it in stages, promotion has quite large influences, such as greater funding, circumstances, and finally the level of the product life cycle that has been reached whether it can be used or not.



## مستخلص البحث

العنوان : تحليل SWOT (القوة، الضعف، الفرص، والتهديد)  
استراتيجية الترويج في بيت المال والتمويل الرحمة كوطاريجو  
الباحثة : مرأتس صالحة  
الرقم الجامعي : 20161700229021

الكلمات المفتاحية : استراتيجية الترويج، تحليل SWOT

هذا بحث الجامعي تناقش تطبيق استراتيجيات الترويج من خلال تحليل SWOT في إحدى المؤسسات. أتى هذا البحث استجابة لتطبيق مجموعة متنوعة من استراتيجيات الترويج التي تم تطبيقها أو عدم تطبيقها بشكل كامل في عملية الترويج لمؤسسة معينة. أهدف هذا البحث إلى جمع مصادر البيانات والمعلومات المختلفة حول تطبيق استراتيجية الترويج التي تم تنفيذها من قبل بيت المال والتمويل الرحمة كوطاريجو عاما بعد عام.

نوع البحث المستخدم هو نوع البحث الكيفي الذي تم إجراؤه في بيت المال والتمويل الرحمة كوطاريجو من عام إلى عام. تم اعتماد بيت المال والتمويل الرحمة كوطاريجو كمصدر لمجموعة متنوعة من المعلومات لمعرفة تطبيق استراتيجية الترويج المستخدمة من قبل بيت المال والتمويل الرحمة كوطاريجو. وتم الحصول على البيانات التي حصل عليها الباحثة من خلال المقابلة والتوثيق.

أظهرت نتائج هذا البحث أن استراتيجية الترويج المستخدمة من قبل بيت المال والتمويل الرحمة كوطاريجو قد نفذت بعض استراتيجيات الترويج بشكل صحيح وفقا للنظرية المذكورة بالفعل. تحليل SWOT الذي أجرته بيت المال والتمويل الرحمة استند إلى أولويات الوقت في عملية تنفيذها

تدرجيا. للترويج له تأثير كبير، مثل زيادة التمويل والحالة العامة، وأخيرا هو مدى تحقيق دورة حياة المنتج المرغوبة سابقا قابلية الاستخدام أم لا.

