

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 30 Juni 2020

SUSI AMELIA
NIM. 161430043

ABSTRAK

Nama: SUSI AMELIA, NIM: 161430043, Judul Skripsi: Analisis SWOT model pemasaran produk motorkoe dengan menumbuhkan minat menjadi peserta (Studi Kasus Perusahaan Pada PT Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang).

Pada saat ini, tiap-tiap perusahaan Asuransi Syariah dituntut untuk dapat membuat strategi pemasaran dalam memberikan atau meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar sasaran perusahaan tercapai dengan baik dengan cara dilakukan secara terpadu sebagai usaha untuk memuaskan keinginan nasabah. Suatu produk yang dikeluarkan pasti mempunyai keunggulan, kelemahan tersendiri, untuk menilai keunggulan dan kelemahan tersebut biasanya menggunakan analisis atau penelitian. Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) dianggap mampu menilai produk dan memasarkan produknya.

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1). Bagaimana analisis Model SWOT pemasaran produk motorkoe melalui social media ? 2. Bagaimana analisis SWOT model pemasaran produk motorkoe melalui social media dalam meningkatkan jumlah peserta?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: 1). Mengetahui bagaimana model pemasaran produk motorkoe melalui social media di PT BUMIDA cabang serang. 2). Mengetahui implementasi model pemasaran social media menggunakan analisis SWOT pada produk motorkoe.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisis *SWOT*. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang terdiri dari *Strenghts*, *Weaknesess*, *Opportunities* dan *Threaths*. Analisis *SWOT* terdiri dari identifikasi faktor internal dan eksternal, tabel IFAS dan EFAS, dan tahap perumusan strategi matriks *SWOT*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta pada PT Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang dari rumusan ditemukan Strategi Sosial media, dari strategi tersebut strategi social media terhitung unggul dalam pemasaran dengan berdasarkan faktor internal 1 dan bobot x ranting 3,45 dan faktor eksternal memiliki bobot 0,60 dan bobot x ranting 2,40 artinya perusahaan dalam posisi kuat dan sedang melakukan pertumbuhan.

Kata Kunci: *Motorkoe, media social, analisis SWOT*

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Hal : **Usulan Munaqasyah**
a.n. Susi Amelia
NIM. 161430043

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN SMH Banten
di –
Serang.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklum dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara **Susi Amelia, NIM. 161430043** dengan judul Skripsi **“Analisis SWOT model pemasaran produk motorkoe dengan menumbuhkan minat menjadi peserta”**, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Serang,

Pembimbing 1



Dr. Wazin, M. SI

NIP. 196302251990031005

Pembimbing 2



Aan Ansori, M.KOM

NIP. 197310152007011027

**ANALISIS SWOT PEMASARAN PRODUK MOTORKOE
DENGAN MENUMBUHKAN MINAT MENJADI PESERTA
STUDI KASUS DI PERUSAHAAN PT.BUMIPUTERA MUDA
1967 CABANG SERANG**

Oleh:

Susi Amelia
NIM. 161430043

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Wazin, M. SI
NIP. 196302251990031005

Pembimbing II,



Aan Ansori, M.KOM
NIP. 197310152007011027

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam**



Dr. H. Nihayatul Maskuroh, M. SI
NIP. 196402121991032003

**Ketua Jurusan
Asuransi Syariah**



Rustamunadi, S. H., M. H
NIP. 196709241989031001

PENGESAHAN

Skripsi a.n. Susi Amelia NIM: 161430043 yang berjudul *“Analisis SWOT model pemasaran produk motorkoe dengan menumbuhkan minat menjadi peserta”*, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang,

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, MSI.

NIP.196402121991032003

Sekretaris Merangkap Anggota



Ikin inul Yakin, M.E.

NIDN. 2021039002

Anggota-Anggota,

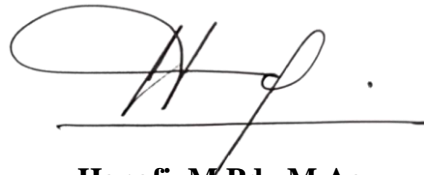
Penguji I,



Dr. itang, M.Ag.

NIP.197108041998031003

Penguji II



Hanafi, M.Pd., M.Ag.

NIP197112041999031002

Pembimbing, I



Dr. Wazni, M. SI

NIP. 196302251990031005

Pembimbing, II



Aan Ansori, M.KOM

NIP. 197310152007011027

PERSEMBAHAN

*Dengan mengucap syukur alhamdulillah,
kupersembahkan karya tulis ini untuk orang-orang
yang kusayangi :*

*Kedua orang tuaku ibunda Hj.Murnasih dan
ayahanda H.Bukhori Yang selalu memberikan
motivasi, nasihat, dukungan, semangat dan
terpenting yang selalu memberikan do'a nya
sehingga pada waktu ini saya bisa menyelesaikan
skripsi dengan baik. Mudah-,udahan Allah Swt
selalu memberikan keberkahan dan kesehatan dalam
kehidupan mereka berdua.*

*Saudara-saudaraku yang selalu memberi dukungan
dan nasihat semangat dengan penuh kasih sayang.*

*Dan tak lupa untuk calon suamiku mahardhika
pratama suhaedi yang telah membantuku saat
menyelesaikan tugas akhir ini, serta tak lupa untuk
sahabat-sahabatku yang mengisi hari-hariku setiap
hari dengan canda tawa, susah senang bersama yang
tak bisa ku sebutkan satu persatu. Terimakasih buat
kalian semua.*

MOTTO

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ

Artinya: ”....*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa.....*”(Q.S.al-Maidah: 2)¹

¹ Al Quran Dan Terjemahan, Departemen Agama RI (Jakarta:Magfiroh Pustaka) Halaman : 106

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Susi Amelia, lahir 22 April 1998 di Pandeglang Provinsi Banten dari pasangan Bapak H.bukhori dan Ibu Hj.murnasih. Anak ke tiga dari tiga bersaudara, orang tua bernama H.bukhori dan Ibunda Hj.murnasih. Pendidikan Dasar, Tahun 2010 lulus SDN Cikiruhwetan 1. Tahun 2013 lulus MTs MA Binuangeun. Tahun 2016 lulus SMKN 1 Malingping. Tahun 2016 penulis melanjutkan studi S1 di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Asuransi Syariah. Selama di kampus, penulis hanya mengikuti organisasi internal yaitu Unit pengembangan tilawatil Qur'an 2016-2018.

Penulis memiliki dua kakak yang bernama Deri S.Pd dan Eni Andraeni. Sejak tahu 1998 sampai dengan sekarang penulis tinggal di kampung Hunibera RT. 01 RW. 03 Kelurahan cikiruhwetan Kecamatan cikeusik Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten Kode Pos. 42286.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Ungkapan Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslim masih di berikan nikmat sehat wal'afiat. Solawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan Suri Tauladan bagi umat Islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul *“Analisis SWOT model pemasaran motorkoe dengan menumbuhkan minat menjadi peserta (Studi Kasus Perusahaan di PT Bumiputera Muda 1967 cabang serang).*

Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzul Iman, M.A., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
3. Bapak Rustamunadi, S.H., M.H., Ketua Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
4. Bapak Dr.Wazin, M,SI., selaku Pembimbing I dan Bapak Aan ansori, M.KOM Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran

5. Bapak/Ibu Seluruh Dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Bapak Ardi Wahyudi selaku kasie pemasaran yang sudah membantu memberikan informasi pada saat pengambilan data (wawancara) di PT.BUMIDA cabang serang.
7. Kepada Pak Seno Aji sebagai kasie teknik dan keuangan di PT bumida cabang serang, yang sudah membantu memberikan informasi pada saat pengambilan data.
8. Kepada orang tua yang sangat ku cintai yang selalu memberikan nasihat dan semangatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Kepada kedua kakakku yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk terus belajar menulis skripsi ini.
10. Kepada rekan-rekan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 22 April 2020
Penulis,

SUSI AMELIA
NIM. 161430043

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Penelitian yang Relevan	11
1.7. Kerangka Pemikiran.....	14
1.8. Metode Penelitian.....	21
1.8.1. Jenis dan Sifat penelitian.....	22
1.8.2. Jenis Data dan Sumber Data.....	23
1.8.3. Metode Pengumpulan Data	23
1.8.4. Sistematika Pembahasan	24
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Asuransi Syariah	27
2.1.1. Pengertian Asuransi Syariah.....	27
2.1.2. Fungsi dan Tujuan Asuransi Syariah	29
2.1.3. Landasan hukum Asuransi Syariah.....	29

2.1.4. Perbedaan Asuransi Syariah dengan Asuransi Konvensional.....	34
2.2. Analisis SWOT	36
2.2.1. Pengertian SWOT.....	36
2.2.2. Matriks Faktor Strategi Eksternal	37
2.2.3. Matriks Faktor Strategi Internal.....	40
2.2.4. Matriks Tows atau SWOT	42
2.3. Pengertian Pemasaran	43
2.3.1. Strategi Pemasaran.....	45
2.3.2. Segmentasi Pasar	48
2.3.3. Bauran Pemasaran.....	49
2.3.4. Pemasaran Social Media.....	55
2.4. Pengertian produk	64
2.4.1. Jenis-jenis Produk Asuransi	65
2.5. Asuransi Kendaraan Bermotor	68
2.5.1. Pengertian Asuransi Kendaraan Bermotor	68
2.5.2. Pertanggungans Dasar Asuransi Kendaraan Bermotor yang Di Jamin Perusahaan Asuransi ...	71
2.5.3. Jenis penyebab Kerusakan Kendaraan yang Di Jamin Pihak Asuransi.....	73
2.5.4. Resiko Kerusakan Kendaraan yang dijamin Asuransi	74

BAB III GAMBARAN UMUM PT. BUMIPUTERA MUDA CABANG SERANG

3.1. Profile Perusahaan.....	79
3.2. Visi dan Misi	80
3.3. Falsafah	81
3.4. Budaya Perusahaan	81
3.5. Modal dan Kepemilikan Saham	82
3.6. Dukungan Reasuransi.....	83
3.7. Struktur Permodalan.....	84
3.8. Dewan Pengawas Syariah	86
3.9. Struktur Organisasi.....	87
3.10. Produk-produk PT. Bumiputera Muda Cabang Serang	88
3.11. Tempat dan Waktu Peneliatian	

3.12. Jenis Penelitian.....	98
3.13. Sumber Data.....	98
3.14. Metode Pengumpulan Data	98
3.15. Metode Analisis Data.....	99

BAB IV ANALISIS SWOT MODEL PEMASARAN PRODUK MOTORKOE DENGAN MENUMBUHKAN MINAT MENJADI PESERTA (STUDI KASUS PERUSAHAAN PADA PT.BUMIPUTERA MUDA 1967 CABANG SERANG)

4.1. Analisis Model Pemasaran Produk Motorkoe.....	103
4.2. Analisis Minat di PT.Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.....	105
4.3. SWOT Model Pemasaran Produk Motorkoe Dengan Menumbuhkan Minat Menjadi Peserta (Studi kasus perusahaan pada PT.Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang)	107
4.3.1. Analisis Strenght, Weaknes, Opportunity, dan Treath (SWOT).....	113
4.3.2. valuasi Faktor Internal (IFE).....	115
4.3.3. Evaluasi Faktor Eksternal (<i>Matriks EFE</i>).....	117
4.3.4. Matriks SWOT.....	119

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	123
5.2. Saran	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Stuktur Organiasi PT.BUMIDA Cabang Serang.....	87
2. Grafik Jumlah Peserta Produk Motorkoe Tahun 2015-2017.....	113

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Penilaian faktor Internal Perusahaan.....	116
2. Penilaian Faktor Eksternal Perusahaan.....	118