

---

**PENERAPAN SWOT SEBAGAI DASAR PENENTUAN STRATEGI  
PEMASARAN PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK  
KABANJAHE**

Rio J. P. Tambunan, Rani, Demi Afriani, Melva Irene Damanik  
Universitas Methodist Indonesia

**ABSTRAK**

Analisis SWOT dalam perusahaan mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dari internal, mengkaji peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari luar. Ketika mengkaji kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, manajer pemasaran harus memusatkan perhatian pada sumber daya organisasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini dengan penelitian lapangan dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder melalui kuesioner dan teknik dokumentasi berupa pengumpulan data dari objek penelitian berupa data sebelumnya berupa sejarah berdirinya bank, struktur organisasi dan data pendukung lainnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan Metode deskriptif. Dari hasil pembobotan terhadap kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*), maka strategi pemasaran yang tepat pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Cabang Kabanjahe adalah strategi agresif.

**Kata Kunci :** SWOT; *Strengths*; *Weaknesses*; *Opportunities*; *Threats*

---

**PENDAHULUAN**

Keadaan persaingan pada saat ini semakin kompetitif karena semakin banyaknya perusahaan sejenis yang menghasilkan barang dan jasa sejenis, sehingga keadaan persaingan semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk menyusun strategi bersaing yang berkesinambungan dan sulit ditiru oleh perusahaan sejenis. Jika perusahaan mampu melakukan hal ini, maka perusahaan dapat bertahan hidup dan berkembang. Strategi bersaing diawali dengan penentuan misi dan sasaran perusahaan. Sasaran merupakan tujuan yang akan dicapai perusahaan melalui kegiatan operasional perusahaan. Penentuan sasaran harus realistis, dapat diukur dan berjangka waktu tertentu. Keberhasilan perusahaan dalam merealisasikan tujuannya berkaitan erat dengan strategi bersaing yang ditentukan perusahaan.

Untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat, maka perusahaan harus menganalisis *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Hal ini dikenal dengan sebutan analisis SWOT. *Strengths* (kekuatan) adalah suatu keunggulan sumber daya, keterampilan atau kemampuan lainnya yang relatif terhadap pesaing dan kekuatan dari pemasaran produk yang dilakukan oleh perusahaan. *Weaknesses* (kelemahan) adalah faktor dari dalam perusahaan yang mengacu pada hal-hal tertentu yang dapat dihindarkan atau perlu diperbaiki perusahaan. *Opportunities* (peluang) sebagai kesempatan yang menarik untuk kegiatan pemasaran perusahaan, di mana akan meraih keunggulan bersaing. *Threats* (ancaman), yaitu situasi yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan dan dapat menjadi kendala dalam menjalankan usaha.

---

Setiap perusahaan dalam menentukan strategi pemasarannya menganalisis lingkungannya, baik lingkungan internal maupun eksternal. Berdasarkan analisis lingkungan, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dari internal, mengkaji peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari luar.

Lingkungan internal meliputi faktor-faktor yang berada di dalam perusahaan, di mana hal ini dapat dikendalikan perusahaan. Sedangkan lingkungan eksternal adalah kegiatan yang berada di luar perusahaan, di mana perusahaan tidak mampu mengendalikannya. Analisis SWOT memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat.

PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kabanjahe merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Produk yang ditawarkan berupa giro, giro wadiah, tabungan, tabungan wadiah, tabungan mudharabah, deposito mudharabah, deposito berjangka dan kredit, serta jasa perbankan lainnya. Strategi pemasaran jasa yang ditawarkan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kabanjahe adalah produk, harga, promosi, lokasi, pegawai yang terampil, proses dan layanan nasabah. Penentuan strategi pemasaran didasarkan atas kebijakan yang ditetapkan oleh manajemen.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: “Penerapan SWOT sebagai dasar penentuan strategi pemasaran pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kabanjahe”.

## TELAAH PUSTAKA

### Pengertian Laporan Keuangan

#### Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* terlibat dalam suatu proyek atau dalam bisnis usaha. Hal ini melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan itu. Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan Fortune 500. Perubahan lingkungan dapat memberikan peluang bagi perusahaan yang mengandung ancaman-ancaman yang harus diatasi.

Untuk mengetahui posisi perusahaan dalam lingkungan, sekaligus sebagai strategi menghadapi perubahan yang terjadi dalam lingkungan dilakukan identifikasi dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan strategi pemasaran.

Untuk menempatkan strategi pemasaran, maka perlu suatu pendekatan yang digunakan untuk menghadapi segala tantangan dan persaingan yaitu SWOT. Sudirman (2011), menyatakan bahwa “analisis SWOT merupakan alat untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman yang ada”. Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal perusahaan, sedangkan faktor peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal perusahaan atau lingkungan eksternal.

Menurut Rangkuti (2004), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan

---

peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Keempat unsur tersebut merupakan unsur-unsur dimensi internal dan eksternal perusahaan. Kekuatan dan kelemahan merupakan unsur dimensi internal, sedangkan peluang dan ancaman merupakan dimensi unsur eksternal.

Menurut Siagian (2001), analisis SWOT mencakup hal-hal sebagai berikut:

**1. Kekuatan (Strengths).**

Kekuatan yang dimiliki perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilihan keunggulan komparatif oleh unit bisnis usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber, keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Misalnya, citra positif, keunggulan di pasar, hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan berbagai pihak yang berkepentingan.

**2. Kelemahan (Weaknesses)**

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi kinerja organisasi. Dalam praktek berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati konsumen dan tingkat perolehan keuntungan kurang memadai.

**3. Peluang (Opportunities)**

Peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain :

- Kecenderungan yang terjadi di kalangan pengguna produk.
- Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
- Perubahan kondisi persaingan.
- Perubahan peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha.
- Hubungan dengan para pembeli yang akrab.
- Hubungan dengan pemasok yang harmonis.

**4. Ancaman (Threats)**

Ancaman merupakan kebalikan dari pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan, bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Berbagai contohnya, antara lain adalah :

- Masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani oleh satuan bisnis.
- Pertumbuhan yang lamban.
- Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan.
- Menguatnya posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk diproses lebih lanjut menjadi produk tertentu.
- Perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai.
- Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang sifatnya restriktif.

---

Matriks SWOT adalah dengan cara menggolongkan, mengelompokkan, menganalisis dan menginterpretasikan faktor internal dan eksternal perusahaan yang dijadikan sebagai dasar perencanaan strategi yang akan digunakan perusahaan dengan menggabungkan aspek *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, *threats* menjadi suatu matriks. Matrix SWOT dibuat setelah menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Dengan demikian, pembuatan matrix SWOT sangat membantu manajemen dalam menentukan strategi bersaing yang bersinambungan dan sulit ditiru oleh perusahaan pesaing.

## **METODE PENELITIAN**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini, adalah:

### **1. Penelitian lapangan**

Penelitian lapangan dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder melalui kuesioner dan teknik dokumentasi. Kuesioner dilakukan dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi bank. Teknik dokumentasi, yaitu pengumpulan data dari objek penelitian berupa data sebelumnya berupa sejarah berdirinya bank, struktur organisasi dan data pendukung lainnya tahun 2010-2011.

### **2. Tinjauan pustaka**

Tinjauan pustaka, yaitu mencari dan mengumpulkan teori dan data yang bersifat ilmiah yang dapat memberikan petunjuk serta menunjang untuk mengatasi masalah yang dihadapi di lapangan. Metode penelitian studi kepustakaan adalah metode yang dilakukan dengan membaca buku-buku literatur yang tersedia. Data yang dikumpulkan tersebut diperoleh dari metode penelitian lapangan atau survei.

Metode deskriptif, adalah metode analisis yang dilakukan dengan mengumpulkan data, menyajikan data, merumuskan, menganalisis data yang diperoleh dari perusahaan. Dari hasil analisis tersebut, dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang dihadapi bank.

## **HASIL DAN KESIMPULAN**

Hasil dan kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Kekuatan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Cabang Kabanjahe adalah kemampuan pegawai, gedung megah, persyaratan pinjaman, keterampilan pegawai, hubungan dengan nasabah, jenis produk yang ditawarkan, pencatatan transaksi dengan komputer, bunga kredit relatif rendah, biaya administrasi rendah, citra bank, lokasi bank dekat dengan pusat kota.
2. Kelemahan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Cabang Kabanjahe adalah tempat parkir kurang luas, ATM sering bermasalah, persetujuan permohonan kredit lama, bunga simpanan lebih rendah dan promosi kurang gencar.
3. Peluang bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Cabang Kabanjahe dengan indikator penelitian adalah pertumbuhan penduduk, jaminan simpanan nasabah dari LPS, kerjasama dengan instansi pemerintah, kerjasama dengan perusahaan swasta, adanya kepercayaan pemerintah untuk menyalurkan kredit usaha mikro, membuka kantor perwakilan, menambah jenis produk dan pendapatan masyarakat tinggi.

4. Ancaman yang dihadapi PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Cabang Kabanjahe dengan indikator penelitian adalah masuk bank sejenis, adanya bank perkreditan rakyat, adanya *credit union* (CU) dan strategi bisnis mudah ditiru pesaing.
5. Dari hasil pembobotan terhadap kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*), maka strategi pemasaran yang tepat pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Cabang Kabanjahe adalah strategi agresif.

#### Saran

Saran yang diberikan sebagai bahan pertimbangan kepada pimpinan bank adalah:

1. Sebaiknya, bank mengambil peluang eksternal dengan menggunakan kekuatan dengan cara lebih fokus pada calon nasabah potensial, meningkatkan kerjasama dengan pihak luar serta meningkatkan keterampilan pegawai.
2. Sebaiknya, bank mengantisipasi ancaman yang dihadapi dengan menggunakan kekuatan dengan menciptakan strategis bisnis baru yang sulit ditiru oleh pesaing dan menciptakan kegiatan promosi yang lebih terarah.
3. Sebaiknya, bank mengambil peluang untuk mengurangi kelemahan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, mempercepat proses persetujuan kredit dan memperluas tempat parkir.
4. Sebaiknya, bank mengurangi kelemahan dan mengantisipasi ancaman yang dihadapi dengan meningkatkan promosi melalui media massa dan elektronik, membangun kantor unit di berbagai daerah dan memelihara nasabah lama dengan memperhatikan kepentingan mereka.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan, 2002. Manajemen Pemasaran: Konsep, Dasar dan Strategi, Cetakan Keenam, Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Boyd, Harper W; Walker Jr, Orville C., dan Larreche, Jan Claude. 2001. Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global, Edisi Kedua, Jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Candra, Gregorius. 2002. Strategi dan Program Pemasaran, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jauch, Lawrence dan Glueck, William F., 2001. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan, Edisi Ketiga, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2009. Manajemen Pemasaran. Jili Satu, Alih bahasa: Bob Sabran, Edisi Ketigabelas, Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Charles W; Hair, Joseph F., McDaniel, Carl. 2001. Pemasaran. Buku 1, Alih Bahasa : David Octarevia, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Prawitasari, Suwarsono Muhammad. 2010. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing, (Studi Pada Dealer Honda Tunggal Saksi di Semarang, Jurnal. Semarang: Penerbit Universitas Semarang.

- 
- Rangkuti, Freddy, 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep, Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abab 21, Cetakan Kesebelas, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, Sondang P., 2001. Manajemen Stratejik, Cetakan Ketiga, Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Sudirman, 2011. Analisis SWOT untuk menentukan Strategi Pemasaran Pada Harian Fajar di Makassar, Jurnal Oktober 2011, Vol. 12 No. 2.
- Sugiyono, 2005. Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Keenam, Bandung: Penerbit Alfabeta.