



## NALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK GE CREDIT CARD

Deny Manto <sup>1</sup>  
Sudaryanto <sup>2</sup>

Magister Manajemen  
Perbankan  
Universitas Gunadarma  
2007

Jl. Margonda Raya 100 Depok  
[daryanto@staff.gunadarma.ac.id](mailto:daryanto@staff.gunadarma.ac.id)

### ABSTRAK

Perusahaan harus berusaha lebih agresif, efisien, inovatif dan efektif. Ketatnya persaingan bisnis, membuat GE Money selaku lembaga keuangan bukan bank yang tumbuh dan berkembang melakukan langkah inovasi baru, yaitu dengan menam-bahkan keunggulan fitur produk GE *creditcard*, melalui fitur terbarunya yaitu *My Card My Family*. Dimana dalam strategi pemasarannya didukung melalui berbagai program pemasaran. Produk GE *creditcard* dalam 2 tahun telah mengalami peningkatan, akan tetapi diawal tahun 2007, mengalami penurunan. Berdasarkan kondisi tingkat perkembangan produk GE *credit card*, diperlukan strategi untuk dapat mempertahankan tingkat perkembang-an produk GE *credit card* dengan menganalisis strategi pemasaran produk GE *credit card*, dengan memperhatikan faktor *eksternal* dan

*internal* serta menentukan strategi alternatif yang dapat dipakai untuk selanjutnya dengan metode SWOT. Dari hasil analisis, strategi pemasaran yang harus digunakan oleh GE Money pada kondisi saat ini dan selanjutnya, adalah strategi *diversifikasi* dalam memasarkan produk GE *credit card*, yaitu dengan menguasai saluran distribusi pemasaran yang sudah ada serta menambah bentuk kerjasama dengan pihak-pihak lain, untuk mempromosikan dan menjual produk GE *credit card*. Berdasarkan dimensi dalam kualitas jasa pelayanan ,yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah diketahui bahwa secara rata-rata keseluruhan, GE Money berhasil memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabahnya.

**Kata kunci** : *strategi pemasaran, SWOT analisis, service quality*