

# Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Zaitun Di PT. BPRS Riyal Irsyadi

Tri Wulandari<sup>1\*</sup>, Rafika Rahmawati<sup>2\*</sup>, Muhammad Syafaat<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam 45 Bekasi, [tri6354@gmail.com](mailto:tri6354@gmail.com)

<sup>2</sup>Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam 45 Bekasi, [fika.unismabekasi@gmail.com](mailto:fika.unismabekasi@gmail.com)

<sup>3</sup>Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Datokarama Palu, [muhammad.syafaat@uindatokarama.ac.id](mailto:muhammad.syafaat@uindatokarama.ac.id)

---

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi faktor internal dan eksternal, serta mengetahui strategi yang harus dilakukan oleh bank BPRS Riyal Irsyadi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan zaitun. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (*field research*) dengan pendekatan *mix method* serta penerapan analisis kualitatif SWOT dan kuantitatif analisis SWOT pada produk tabungan zaitun BPRS Riyal Irsyadi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara (*interview*), angket (*kuisisioner*), dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah karyawan BPRS Riyal Irsyadi dari bagian Marketing *Funding*. Hasil penelitian mengemukakan bahwa strategi pemasaran produk tabungan zaitun pada Bank BPRS Riyal Irsyadi dalam peningkatan jumlah nasabah yaitu melakukan layanan jemput bola (*pick up service*), memberikan pelayanan prima (*service excellent*), melakukan inovasi produk, penambahan jaringan kantor, modifikasi produk berbasis digital, serta menjadikan seluruh karyawan BSR sebagai “*marketing funding*”, memanfaatkan dan menggunakan media sosial untuk memasarkan produk-produk Bank Syariah Riyal. Selain itu, dalam memasarkan produknya diterapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri atas 4P yaitu Strategi produk (*Product*), strategi harga (*Price*), strategi tempat (*Place*), dan strategi promosi (*Promotion*). Hasil analisis SWOT menghasilkan empat alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh BPRS Riyal Irsyadi yaitu Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT. Dengan ini strategi yang paling tepat dilakukan oleh BPRS Riyal Irsyadi dalam melakukan strategi yaitu mendukung strategi SO, yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan.

---

## INFORMASI ARTIKEL

Katakunci:  
Strategi  
Pemasaran,  
Analisis SWOT,  
Tabungan Zaitun

---

## 1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan bank syariah di Indonesia saat ini cukup pesat karena jumlah mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam sehingga menyebabkan perkembangan bisnis perbankan syariah menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk menabung dan menikmati jasa layanan syariah. Dinamika kehidupan masyarakat dewasa ini, telah melahirkan pola pemikiran baru yang turut berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Ketika mekanisme pembayaran dituntut untuk selalu mengakomodir setiap kebutuhan masyarakat dalam hal perpindahan dana secara cepat, aman dan efisien.<sup>1</sup>

Bank syariah juga sudah terbukti menjadi lembaga keuangan yang tahan krisis ekonomi di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia menjadi bukti bahwa sistem perbankan syariah tahan dari krisis ekonomi yang menjadi virus bagi industri perbankan nasional. Bank syariah memiliki ciri tersendiri dibandingkan dengan bank konvensional bahwa tidak ada unsur bunga dalam setiap perhitungan bagi hasil dan membuat nasabah khususnya yang beragama Islam menjadi aman untuk menyimpan uangnya di bank syariah.<sup>2</sup>

Pada UU Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa terdapat tiga bentuk perbankan syariah di Indonesia, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Perkembangan bank syariah di Indonesia masih belum optimal, baik dari segi jumlah bank, jumlah kantor, maupun jumlah asetnya. Pada Outlook perbankan syariah 2014 tercatat pertumbuhan aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah per Oktober 2013 (yoy) 31,8% atau mengalami perlambatan pertumbuhan dibandingkan tahun 2012 yaitu sebesar 34,1%. Dari posisi *deposit account* sebanyak 12,3 juta (9,2% dari nasional). Selain itu, *market share* perbankan syariah terhadap perbankan nasional saat ini telah mencapai 4,8%. *Market share* perbankan syariah tersebut masih kecil.

Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) merupakan bank alternatif yang diperuntukkan bagi masyarakat yang menjalankan usaha mikro kecil menengah dan menginginkan perbankan benar-benar syariah

---

<sup>1</sup> Sahrul Gunawan, Malkan Malkan, and Abdul Jalil, "Peranan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Tengah Dalam Upaya Meningkatkan Penggunaan Uang Logam," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 1, no. 1 (2019): 57–72.

<sup>2</sup> Azmy, 2015, Mengembangkan Human Resource Management Yang Strategis Untuk Menunjang Daya Saing Organisasi. Perspektif Manajemen Kinerja (*Performance Management*) Di Bank Syariah, *Jurnal Binus Business Review*, Vol.6, No.1, Hlm. 79

(menjalankan prinsip-prinsip syariah).<sup>3</sup> Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia semakin menambah daftar nama perbankan syariah, karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam sistem perbankan di Indonesia merupakan sebuah lembaga keuangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan yang tidak berbasis riba.<sup>4</sup>

Seiring dengan perkembangan bank syariah di Indonesia tidak akan terlepas dari yang namanya strategi pemasaran. Diperlukan adanya strategi untuk menghadapi persaingan yang dari waktu ke waktu semakin meningkat salah satunya di Bank BPRS Riyal Irsyadi pada produk Tabungan Zaitun dalam peningkatan jumlah nasabah. Strategi pemasaran mempunyai hubungan dengan peningkatan nasabah, karena strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.<sup>5</sup> Dalam hal ini dibutuhkan dua bagian yang sangat penting dan saling berkaitan, untuk mencapai

keberhasilan strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu sasaran pasar yang dituju (target pasar), dan berdasarkan pemasaran yang dijalankan (*marketing mix*) untuk sasaran tersebut.

Guna merumuskan strategi *marketing mix* yang nantinya diharapkan dapat membantu Bank BPRS Riyal Irsyadi untuk meningkatkan jumlah nasabah, diperlukan penelitian mendalam terhadap lingkungan internal dan eksternal yang berkaitan dengan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), produk Tabungan Zaitun pada Bank BPRS Riyal Irsyadi, serta menganalisis terhadap faktor eksternal yang terkait dengan peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi produk Tabungan Zaitun pada Bank BPRS Riyal Irsyadi.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah salah satu lembaga keuangan perbankan syariah yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah Islam. BPR Syariah didirikan sebagai langkah aktif dalam membantu perekonomian Indonesia.

<sup>3</sup> Harianto, Hubungan Rentabilitas dan Likuiditas Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia, Jurnal Prosiding Seminar nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe, Vol, 2, No. 1, 2018.

<sup>4</sup> Husein, Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Non Performing Financing, terhadap *Return*

*on Asset* pada BPRS di Indonesia, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.5, No.3,2017.

<sup>5</sup> Siregar, Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan, *Jurnal Ilmiah Methonomi*, (Vol. 1, No.2, 2015), Hlm. 15.

Pada tahun 2008 pemerintah mengeluarkan UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Dalam UU tersebut membahas juga tentang BPRS yaitu terdapat pada Pasal 1 No.9 yang berbunyi bank pembiayaan rakyat syariah dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Jadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank yang dalam menjalankan prinsip syariah dan kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran serta berfungsi sebagai pelaksana fungsi bank umum syariah. Produk yang ditawarkan juga relatif sempit jika dibandingkan dengan bank umum bahkan ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>6</sup>

## 2.2 Tabungan

Tabungan merupakan salah satu dari berbagai macam produk perbankan yang paling banyak diminati oleh masyarakat, mulai dari kalangan pelajar, kalangan perusahaan, dan masyarakat umum lainnya.

Sebelum adanya perbankan masyarakat menyimpan uangnya dirumah, seperti di lemari maupun dibawah kasur. Dan dengan penyimpanan yang seperti itu sangat tidak efektif, karena memiliki resiko kehilangan

yang tinggi. Dengan adanya perbankan yang menyediakan produk tabungan masyarakat sudah mulai tertarik untuk menabung dibank karena banyak keuntungan yang diperoleh, antara lain uang yang disimpan aman dan uang nasabah akan bertambah dengan adanya bunga bank.

Menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 No. 21 tentang Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa, tabungan adalah simpanan berdasarkan Akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan Akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro atau alat lainnya.<sup>7</sup>

Adapun yang dimaksud tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan sesuai prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah.<sup>8</sup>

Dalam hal ini terdapat dua prinsip perjanjian islam yang sesuai diimplementasikan dalam produk perbankan

---

<sup>6</sup> Marlina, Ibrahim, (2019). Marketing Penyelesaian Pembiayaan KPR Bermasalah Dengan Lelang Pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Bogor. Vol.7 No.2, hlm..36.

<sup>7</sup> Undang-Undang No 21 Tahun 2008 Perbankan Syariah, From Otoritas Jasa Keuangan (OJK): <https://www.ojk.go.id/>.

<sup>8</sup> Abdul, Bakti, Agung;. (2021). Peran Wadi'ah dan Mudharabah Dalam Profitabilitas Bak Muamalat Tahun 2016-2019; *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, Vol 1 No.1, hlm. 76.

berupa tabungan, yaitu *Wadiah* dan *Mudharabah*.

### 2.3 Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi dapat diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Namun secara umum strategi dapat diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang. Strategi itu sendiri biasanya dikembangkan untuk mengatasi isu strategis, dimana strategi menjelaskan respon organisasi terhadap pilihan kebijakan pokok.

Menurut David, Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.<sup>9</sup>

### 2.4 Analisis SWOT

Menurut Fajar Nur'aini DF mendefinisikan bahwa Analisis SWOT merupakan suatu instrument pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Dengan demikian, hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor – faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).<sup>10</sup>

Analisa ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil dan analisis lingkungan industry menyajikan informasi yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Dion, (2019), Strategi Bappeda Dalam Melaksanakan Perencanaan Pembangunan Dengan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) 2017 Kota Samarinda, *Journal Ilmu Pemerintahan*, Vol 7, N0.4, Hlm. 3.

<sup>10</sup> Fajar Nur'Aini, Teknik Analisis SWOT,

(Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016, Hlm.8

<sup>11</sup> Noor, Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu LUXIO di Malang, (Jurnal Intekna, 2014, Hlm.15

Dalam mengidentifikasi sebagai masalah yang timbul dalam perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menentukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan. Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:<sup>12</sup>

a. *Strengths* (Kekuatan)

*Strengths* merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri. Faktor-faktor kekuatan tersebut merupakan nilai plus atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi.

b. *Weakness* (Kelemahan)

*Weakness* merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi

sebuah sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh organisasi yang lain.

c. *Opportunity* (Peluang)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/ organisasi. Dapat mengetahui hal hal eksternal mana yang dapat anda jadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal (*Strengths* dan *weakness*) perusahaan atau organisasi dengan analisis internal dari kompetitor lain.

d. *Threats* (Ancaman)

*Threats* atau ancaman ini merupakan kebaikan dari peluang atau *opportunities*. Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan.

### 3. Methodology

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yakni penelitian yang dilakukan dengan terjun

---

<sup>12</sup> Fajar Nur'Aini, 2016, Hlm.13–14

langsung kelapangan untuk menggali dan meneliti data yang berkenaan dengan Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Zaitun di BPRS Riyal Irsyadi.<sup>13</sup> Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *mix method* dengan penerapan analisis kualitatif SWOT dan kuantitatif menggunakan analisis SWOT.<sup>14</sup> Desain penelitian ini menggunakan strategi sekuensial atau bertahap (*eksploratoris sekuensial*). *Eksploratoris Sekuensial* adalah untuk memperluas atau menggabungkan penemuan-penemuan yang dilakukan oleh metode sebelumnya, strategi penelitiannya dilakukan dengan penelitian kualitatif terlebih dahulu kemudian penelitian kuantitatif secara berurutan.<sup>15</sup> Dimana pada tahap pertama penelitian menggunakan metode kualitatif dan pada tahap kedua menggunakan metode kuantitatif. Dengan metode ini peneliti dapat melakukan dengan *interview* kualitatif terlebih dahulu dengan melibatkan analisis data kualitatif menggunakan analisis SWOT yang isinya yaitu tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada perusahaan. Dan analisis kuantitatif yang isinya pembobotan,

perumusan posisi, penentuan posisi matrik, penentuan langkah strategi peningkatan berdasarkan SWOT.

Pengumpulan data yang diambil baik data kualitatif maupun kuantitatif akan saling melengkapi satu sama lain. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan beberapa cara, yaitu:

1. Interview (Wawancara)

Merupakan teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.<sup>16</sup>

Dalam hal ini wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu pihak yang terkait dalam penelitian ini adalah *Marketing Funding Bank BPRS Riyal Irsyadi* untuk memperoleh informasi mengenai Produk Tabungan Zaitun. Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur pada Bank BPRS Riyal Irsyadi yaitu sebelum melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu dan merekam wawancara tersebut guna untuk

---

<sup>13</sup> Fernandes, Pemahaman Dosen dan Pembelajaran Daring di STAB Dharma Widya, Jurnal Terapan Informatika Nusantara, Vol. 1, No. 12, 2021, hlm. 608.

<sup>14</sup> Sururi, Strategi Kebijakan Pengelolaan Rumah Susun Sewa Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah di Kota Serang Pendekatan analisis SWOT - QSPM, Jurnal EL-RIYASAH, Vol. 12, No.1, 2021, Hlm.26.

<sup>15</sup> Fauziah, faktor-faktor yang mempengaruhi prokrastinasi akademik pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, (Jurnal Ilmiah Psikologi), Vol. 2, No.2, 2015, Hlm.125.

<sup>16</sup> Effendy, Sunarsi, Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi Melalui Online di Kota Tangerang Selatan, Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen. Ekonomi, dan Akuntansi), Vol.4, No. 3, 2020, Hlm.

menulis dan merangkum apa yang telah dijelaskan oleh narasumber mengenai jawaban dari pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti, selain itu rekaman tersebut digunakan untuk memperoleh hasil wawancara yang akurat dan sebagai bukti bahwa peneliti benar-benar melakukan wawancara kepada para pihak narasumber.

### 2. Angket (Kuesioner)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>17</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan kuesioner untuk pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan kepada 5 pegawai Bank BPRS Riyal Irsyadi yang mengetahui mengenai produk Tabungan Zaitun untuk menentukan bobot faktor internal dan eksternal.

### 3. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencari bukti-bukti dari sumber nonmanusia terkait dengan objek yang diteliti yang berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>18</sup> Dalam metode dokumentasi ini, peneliti mencari data-data yang bersumber dari dokumen dan arsip-arsip yang terdapat di Bank BPRS Riyal Irsyadi

sebagai data pendukung untuk penelitian tentang Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Zaitun yang belum didapatkan dari metode kuisisioner dan wawancara.

Teknik Analisis Data adalah proses mencapai dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sentesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami dengan diri sendiri maupun orang lain.<sup>19</sup> Analisis data yang akan dilakukan melalui metode analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu organisasi atau perusahaan.<sup>20</sup>

<sup>17</sup> Sugiyono, 2017, Hlm. 137–142

<sup>18</sup> Sugiyono, 2017, Hlm. 240

<sup>19</sup> Pratiwi, Analisis Kompetensi Pedagogik Dosen Pengampau Mata Kuliah Dalam Implementasi Computer Assisted Instruction (CAI), *Journal Educational Research and Development*, (Vol.3, No.2, 2019, Hlm.165

<sup>20</sup> Wibowo, Pendamping Ketrampilan dan Pengembangan Usaha Batik Ciprat Untuk Sekolah Luar Biasa (SLB) Tunagrahita Pada Yayasan Autisma Semarang, *Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*, (Vol.15, No.1, 2016, Hlm.95)

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

##### 4.1 Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT, analisis ini menggambarkan setiap kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari PT BPRS Riyal Irsyadi Kranji dalam melakukan aktifitasnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, ada suatu gambaran lingkungan yang perusahaan hadapi baik itu dari dalam lingkungan internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) maupun dari luar lingkungan eksternal perusahaan (peluang serta ancaman).

Selain itu PT BPRS Riyal Irsyadi dalam menjalankan perusahaan ini mampu memanfaatkan kondisi internal maupun eksternal dalam perkembangan perusahaan. Prospek suatu perusahaan tidak terlepas dari pemahaman tentang lingkungan yang ada, baik di dalam maupun di luar lingkungan perusahaan, karena pengaruh lingkungan tersebut senantiasa berinteraksi.<sup>21</sup>

##### a) Faktor internal

Hasil identifikasi lingkungan internal Bank BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji diperoleh 5 faktor kekuatan dan 5 faktor kelemahan.

##### 1. Kekuatan (*strengths*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan atau lembaga keuangan tersebut. Seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan. Memiliki keterampilan dan berbeda dengan perusahaan lain. Sehingga dapat membuat lebih kuat dari pesaingnya.<sup>22</sup> Bank BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji berdasarkan hasil dari wawancara memiliki 5 faktor kekuatan yaitu:<sup>22</sup>

- a. Produk dana murah (*Low Cost*) yang bebas biaya administrasi serta di tarik kapan saja.

Bebas biaya administrasi tentunya dapat menarik calon nasabah yang baru atau akan memulai menabung di BPRS Riyal Irsyadi. Sehingga calon nasabah atau nasabah akan memilih BPRS Riyal Irsyadi dibanding bank lain yang memiliki biaya administrasi yang lebih tinggi dari BPRS Riyal Irsyadi.

- b. Setoran awal ringan dan fleksibel

Setoran awal ringan dan fleksibel tentunya dapat memudahkan dan menarik calon nasabah yang baru. Sehingga calon nasabah atau nasabah lama akan memilih BPRS Riyal Irsyadi dibandingkan bank lain.

Setelah melakukan kegiatan observasi terhadap bank BPRS Riyal Irsyadi, peneliti menemukan bahwa biaya administrasi pada

<sup>21</sup> Ibu Leni, Marketing *Funding*, BPRS Riyal Irsyadi Kranji, *Interview* Pribadi, Bekasi, 27 Mei 2022.

<sup>22</sup> Amalia, Alfi, (2021), Analisis Strategi Pemasaran Pemilihan Sekolah Menengah Pertama Di Kecamatan

Purwakarta (Studi Kasus Smp Full Day Al-Muhajirin Purwakarta), Jurnal Online Mahasiswa (*JOM*) Bidang Manajemen, Vol. 6, No. 4, Hlm. 7. <sup>22</sup> Ibu Leni, Marketing *Funding*, BPRS Riyal Irsyadi Kranji, *Interview* Pribadi, Bekasi, 27 Mei 2022.

BPRS Riyal Irsyadi yaitu sebesar Rp. 50.000,- dengan saldo minimal Rp. 25.000,- dan bebas biaya administrasi bulanan.

c. Merupakan produk dengan jangkauan luas untuk semua kalangan

Produk tabungan zaitun merupakan produk dengan jangkauan luas, oleh karena itu semua kalangan bisa memakai produk tabungan ini dari yang tua hingga yang muda.

d. Penerapan strategi Layanan jemput bola (*Pick Up Service*)

PT. BPRS Riyal Irsyadi menerapkan layanan jemput bola terhadap produk Tabungan Zaitun, agar memudahkan nasabah untuk bertransaksi.

e. Memiliki lokasi yang strategis

Dalam bisnis bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih. PT. BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji memiliki lokasi yang strategis karena dekat dengan penduduk, pasar, serta lembaga pendidikan yang ada di wilayah Kabupaten Bekasi khususnya Kranji dan sekitarnya.

## 2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya yang ada di suatu situasi relatif terhadap pesaingannya yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan nasabah secara efektif dan efisien.<sup>23</sup> Bank BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji mengalami beberapa kendala dalam menjalankan operasionalnya diantaranya adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

a. Belum tersedianya ATM dan *Mobile Banking*

Untuk saat ini PT BPRS Riyal Irsyadi belum memiliki gerai ATM, dengan adanya kelemahan tersebut maka nasabah dapat beralih ke bank lain apalagi bagi nasabah yang lebih mengutamakan kemudahan dalam penarikan uang dan pemindahbukuan (transfer) dana untuk waktu yang tidak terbatas. Oleh karena itu keberadaan ATM dapat menjadi salah satu faktor nasabah dalam memilih bank.

b. Transaksi hanya bisa dilakukan pada hari dan jam layanan kantor

Bank BPRS Riyal Irsyadi dalam melakukan transaksi hanya bisa dilakukan pada jam layanan kantor.

c. Jumlah kantor layanan/kas yang masih terbatas.

<sup>23</sup> Mahanis, Nurhimah, 2022, Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Pemasaran Jasa Pendidikan, *Jurnal Pendidikan Manajemen Education*, Vol.2, No.1, Hlm. 59

<sup>24</sup> Ibu Leni, *Marketing Funding*, BPRS Riyal Irsyadi Kranji, *Interview Pribadi*, Bekasi, 27 Mei 2022.

Kantor layanan/kas yang dimiliki oleh PT BPRS Riyal Irsyadi masih kurang yaitu hanya ada di Kranji dan jarak antara kantor cabang dengan kantor kas masih jauh sehingga nasabah masih sulit mengaksesnya. Oleh karena itu perlu ditambah agar nasabah mudah dalam bertransaksi.

- d. Minimnya produk dan jasa yang Ditawarkan.

Produk tabungan zaitun yaitu produk awal dan produk yang sangat diminati oleh nasabah karena produk ini merupakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Dengan minimnya produk dan jasa yang ditawarkan oleh BPRS Riyal Irsyadi, maka produk tabungan zaitun banyak diminati oleh nasabah.

- e. Keterbatasan teknologi yang masih belum memadai.

Perbankan Syariah harus mengikuti perkembangan teknologi yang merupakan salah satu hal dalam menunjang kemajuan industrinya agar dapat terus mendorong inovasi dalam setiap produknya. Dalam hal ini PT BPRS Riyal Irsyadi belum menerapkan teknologi untuk menunjang kegiatan operasionalnya, seperti sistem keuangan yang digunakan belum menerapkan sistem online.

- b) Faktor Eksternal

Hasil identifikasi lingkungan eksternal Bank BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji diperoleh 3 faktor peluang dan 4 faktor ancaman.

3. Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Adapun peluang-peluang yang dimiliki oleh PT. BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji antara lain:

- a. Terdapat pangsa pasar yang luas

Pangsa pasar dalam meningkatkan produk Tabungan Zaitun pada PT. BPRS Riyal Irsyadi dilakukan dengan cara mempertahankan pangsa pasar yang sudah dicapainya agar nasabah baru dan nasabah lama tetap setia menggunakan dan memilih produk yang dihasilkan oleh PT.

BPRS Riyal Irsyadi, dan melakukan perluasan pangsa pasar dengan cara menambahkan promosi online maupun offline.

- b. Banyaknya pelaksanaan usaha kecil menengah (UKM) yang beragam jenis

Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peluang yang sangat besar dan memiliki daya saing, dengan berpeluangnya UKM yang beragam jenis, Bank BPRS Riyal Irsyadi dapat merangkul UKM (usaha kecil menengah) agar mengembangkan perusahaan dengan baik.

- c. Banyaknya padat penduduk, pasar,

serta lembaga pendidikan di sekitar jaringan kantor.<sup>25</sup>

Dengan padatnya penduduk sekitar, bank BPRS Riyal Irsyadi dapat berpeluang untuk mengembangkan produknya agar banyak diminati oleh masyarakat sekitar.

#### 4. Ancaman (*threat*)

Ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Hal ini menjadi pengganggu jalannya roda bisnis perusahaan dan mengancam posisi perusahaan di dalam maupun mengganggu tujuan perusahaan. Adapun ancaman-ancaman yang dimiliki oleh PT. BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji antara lain:<sup>26</sup>

1. Produk lembaga keuangan lain yang menyerupai dan memiliki fitur serta benefit yang lebih
2. Masih minimnya pemahaman masyarakat terhadap bank syariah

Pengetahuan adalah hasil dari tahu, diperoleh setelah melakukan penginderaan terhadap suatu objek. Pengetahuan manusia sebagian besar di dapat dari panca penglihatan dan pendengaran. Hasil pengideraan manusia dipengaruhi oleh intensitas perhatian dan persepsi terhadap objek. Masyarakat belum sepenuhnya mengetahui tentang bank syariah

pada produk tabungan zaitun khususnya akad yang digunakan pada bank syariah. Untuk lebih jelas mengetahui pemahaman terhadap bank syariah sebaiknya melakukan promosi secara maksimal.

3. Semakin banyak pesaing yang melakukan segmen yang sama
4. kompetitor yang menawarkan produk yang sama.

#### 4.2 Matrix SWOT

Setelah memberikan bobot dan *rating* pada faktor-faktor internal dan eksternal, kemudian merumuskan alternatif-alternatif strategi menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan salah satu matriks tahap pencocokan dalam penelitian ini. Matriks SWOT adalah salah satu alat pencocokan untuk mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (kekuatanpeluang), strategi WO (kelemahanpeluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman).<sup>26</sup> Analisis dengan menggunakan model matrik SWOT ini menggunakan data yang diperoleh dari table faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal BPRS Riyal Irsyadi Kranji. Berdasarkan analisis menggunakan model Matrik SWOT maka dapat dibuat berbagai alternatif strategi yang dapat dikembangkan

<sup>25</sup> Ibu Leni, *Marketing Funding*, BPRS Riyal Irsyadi Kranji, *Interview* Pribadi, Bekasi, 27 Mei 2022.

<sup>26</sup> Ibu Leni, *Marketing Funding*, BPRS Riyal Irsyadi Kranji, *Interview* Pribadi, Bekasi, 27 Mei 2022.

<sup>26</sup> Widiyarini, Hunusalela, *Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Primavista Solusi*, (*Journal Of Applied Business And Economic*), Vol.5, No.4, 2019, Hlm. 375.



#### 4.3 Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Zaitun di PT. BPRS Riyal Irsyadi

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji dalam peningkatan jumlah nasabah produk tabungan zaitun yaitu melakukan Layanan jemput bola (*Pick Up Service*), memberikan pelayanan prima (*Service Excellent*), melakukan inovasi produk, penambahan jaringan kantor, modifikasi produk berbasis digital, serta menjadikan seluruh karyawan BSR sebagai “marketing *funding*”, memanfaatkan dan menggunakan media sosial untuk memasarkan produk-produk BSR. Sehingga nasabah yang ada tidak berpaling dari bank. Sebagaimana peneliti telah mewawancarai Ibu Leni Fitriani selaku Marketing *Funding*.<sup>27</sup>

Hasil wawancara ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Angelica Tamara yang berjudul Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. meliputi beberapa strategi, yakni strategi jemput bola, memberikan pelayanan prima (*Service Excellent*), dan membangun jaringan. Penggunaan strategi pemasaran dalam peningkatan jumlah nasabah produk

tabungan zaitun dapat membantu Tabungan Bisnis maupun

Tabungan Zaitun BPRS riyal Irsyadi dalam meningkatkan jumlah nasabah agar nasabah tidak berpaling dari bank.<sup>28</sup>

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Sehingga menghasilkan 4 set alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh BPRS Riyal Irsyadi dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan melakukan strategi, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi S-O (*Strengths - Opportunities*)

Strategi SO merupakan strategi yang merumuskan dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki oleh BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji untuk memanfaatkan seluruh peluang secara optimal. Maka rumusan alternatif strategi SO yang dapat diterapkan oleh BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji sebagai berikut:

- a. Mengambil pangsa pasar yang luas dapat dimanfaatkan dengan jalan jemput bola ke konsumen
- b. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk pembiayaan.

<sup>27</sup> Ibu Leni Fitriani, Marketing *Funding* BPRS Riyal Irsyadi Kranji, *Interview Pribadi*, Bekasi, 27 Mei 2022.

<sup>28</sup> Angelica Tamara, Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis, (Jurnal: Riset Bisnis dan Manajemen), Vol.4, No.3, (2016).

c. Mengembangkan produk dengan jangkauan luas serta meningkatkan sistem *pick up service*.

## 2. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi WO adalah rumusan strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji. Maka rumusan strategi WO yang ditempuh BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji yaitu :

- a. Terletak di daerah strategis dapat dimanfaatkan dengan membuka kantor cabang pembantu dan memaksimalkan teknologi yang belum memadai
- b. Banyaknya pelaku UMKM dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan produk dan jasa yang ditawarkan

## 3. Strategi S-T (*Strengths- Threats*)

Strategi ST merupakan rumusan strategi yang digunakan untuk mengatasi ancaman dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki oleh BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji. Maka rumusan alternatif strategi ST yang dapat diterapkan oleh BPRS Riyal Irsyadi sebagai berikut :

- a. Memperbaiki dan menambah fitur yang lebih mudah digunakan
- b. Mengurangi tingkat persaingan dengan memanfaatkan layanan *Pick Up Service*
- c. Strategi W – T (*Weaknesses – Threats*)

Strategi WT yaitu rumus strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji dalam menghindari ancaman yang ada. Strategi WT yang ditempuh BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji, yaitu :

- a. Memberikan pemahaman yang lebih mengenai bank syariah.
- b. Menawarkan produk dan jasa yang berbeda dari kompetitor

Maka dapat dianalisis dalam diagram diatas diketahui bahwa posisi bank BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji berada kuadran 1, yang artinya strategi agresif atau merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi Bank BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji karena memiliki peluang dan kekuatan yang besar sehingga dapat dimanfaatkan peluang yang ada. Dalam hal ini PT. BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji sebaiknya melakukan strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang merumuskan dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Bank BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji untuk memanfaatkan seluruh peluang secara optimal. Maka rumusan alternatif strategi SO yang dapat dilakukan oleh Bank BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji sebagai berikut :

1. Mengambil pangsa pasar yang luas dapat dimanfaatkan dengan jalan jemput bola ke konsumen.

Semakin tinggi pangsa pasar mencerminkan semakin tinggi kekuatan perusahaan dalam persaingan pasar. Maka dengan ini Bank BPRS Riyal Irsyadi mengambil pangsa pasar dengan memanfaatkan strategi jemput bola pada produk khususnya produk tabungan zaitun, agar semakin kuat perusahaan dalam persaingan pasar. Strategi jemput bola yang digunakan oleh BPRS Riyal Irsyadi yaitu untuk memudahkan transaksi nasabah.

2. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk pembiayaan.

Bank BPRS Riyal Irsyadi yang ingin meningkatkan inovasi produknya yang akan mampu bertahan dari sengitnya persaingan usaha di lembaga keuangan, serta yang akan mampu mempertahankan nasabahnya yang sudah ada sebelumnya, serta mampu mewujudkan harapan-harapan dan kebutuhan konsumen atau nasabahnya. Karena kepuasan nasabah yang akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan tersebut memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang disbanding perusahaan lain yang hanya mengutamakan keuntungan semata tanpa menjaga dan

mempertahankan kualitas produk dan jasa yang dihasilkannya.

3. Mengembangkan produk dengan jangkauan luas serta meningkatkan sistem *Pick Up Service*

Alternatif strategi yang pertama yaitu dengan mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar, hal ini sesuai dengan *Marketing Mix* yang terdapat pada produk yang dihasilkan dari wawancara dengan *Commercial Funding Unit Head*.

Bahwasanya Bank BPRS Riyal Irsyadi Kantor Pusat Kranji mempunyai produk yang sesuai dengan permintaan masyarakat yaitu salah satunya dengan mengeluarkan produk tabungan zaitun yang menggunakan akad wadiah/ titipan dan dapat digunakan sehari-hari dalam melakukan transaksi serta mendapatkan bonus sesuai dengan kebijakan bank. Selain itu dalam pengembangan produk menggunakan media yang tepat bagi pemasaran karena memudahkan akses, dengan menggunakan media sosial baik melalui blog, facebook, dan Instagram merupakan langkah strategi dalam mengembangkan produk. Media sosial memiliki jangkauan yang lebih luas mudah diakses dalam mengembangkan produknya dengan menggunakan promosi produknya di bandingkan dengan memasarkan secara konvensional.

Penggunaan media sosial memudahkan penjangkauan pengenalan produk tanpa menyulitkan bagian pemasaran untuk penyebaran informasi produk ke lokasi langsung. PT. BPRS Riyal Irsyadi memiliki produk dengan jangkauan luas yaitu produk yang ditawarkan bank ini bisa diminati oleh semua kalangan, dan produk ini sebagai pilihan produk investasi.

## 5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan di pada produk tabungan zaitun, PT. BPRS atas, maka dapat diperoleh kesimpulan Riyal Irsyadi menggunakan SWOT yaitu, sebagai berikut :

Dalam peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan zaitun PT. BPRS Riyal Irsyadi menggunakan SWOT yaitu, *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threat*. Berdasarkan hasil wawancara, identifikasi faktor internal dan eksternal BPRS Riyal Irsyadi mempunyai 5 Kekuatan (*strengths*), 5 Kelemahan (*weaknesses*), 3 Peluang (*opportunities*), dan 4 Ancaman (*threats*) Hasil dari perumusan analisis SWOT terhadap BPRS Riyal Irsyadi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan zaitun, dapat dilakukan 3 strategi untuk S-O (memaksimalkan kekuatanpeluang), 2 strategi untuk S-T (memaksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman), 2 strategi W-O (meminimalkan

kelemahan dengan memanfaatkan peluang), dan 2 strategi W-T (meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman). Strategi yang paling tepat dilakukan oleh BPRS Riyal Irsyadi dalam melakukan strategi yaitu Strategi SO, yang merupakan strategi agresif situasi yang sangat menguntungkan untuk perusahaan BPRS Riyal Irsyadi.

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan, penelitian ini memiliki beberapa saran diantaranya adalah :

### 1. Bagi Praktisi

Bagi lembaga keuangan syariah, khususnya Bank BPRS Riyal Irsyadi Kranji diharapkan dapat meningkatkan perkembangan perusahaan dengan cara memperkuat strategi pemasaran sehingga peningkatan jumlah nasabah dapat dicapai secara lebih efisien.

### 2. Bagi Akademik

Bagi pembaca dan akademisi, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi atau acuan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya, seperti meningkatkan strategi pemasaran semua produk tabungan, tidak hanya terbatas pada meningkatkan produk tabungan.

## Daftar Pustaka

- Amalia, A., Zaini, O. K., Ramdani, S. H., & Sianturi, A. M. T. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pemilihan Sekolah Menengah Pertama Di Kecamatan Purwakarta (Studi Kasus Smp Full Day Al-Muhajirin Purwakarta). *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Manajemen*, 6(4), Article 4. <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1840>
- Angelica, Tamara. Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis, (Jurnal: Riset Bisnis dan Manajemen), Vol.4, No.3, (2016).
- Azmy, A. (2015). Mengembangkan Human Resource Management yang Strategis untuk Menunjang Daya Saing Organisasi: Perspektif Manajemen Kinerja (Performance Management) di Bank Syariah. *Binus Business Review*, 6(1), 78–90. <https://doi.org/10.21512/bbr.v6i1.989>
- Dion, M. (N.D.). *Strategi Bappeda Dalam Melaksanakan Perencanaan Pembangunan Dengan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (Apbd) 2017 Kota Samarinda*. 7, 14.
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 702–714. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss3.p702-714>
- Fajar Nur'Aini. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Fauziah, H. H. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Uin Sunan Gunung Djati Bandung. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2), 123–132. <https://doi.org/10.15575/psy.v2i2.453>
- Fernandes, W. (2021). Pemahaman Dosen dan Pembelajaran Daring di STAB Dharma Widya. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 1(12), 607–611.
- Gunawan, Sahrul, Malkan Malkan, and Abdul Jalil. “Peranan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Tengah Dalam Upaya Meningkatkan Penggunaan Uang Logam.” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 1, no. 1 (2019): 57–72.
- Hariato, S., Amin, H. A., Lianti, L., & Silvia, R. (2018). Hubungan Rentabilitas dan Likuiditas pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe*, 2(1), Article 1. <http://ejournal.pnl.ac.id/semnaspnl/article/view/788>
- Husaeni, U. (2017). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Non Performing Financing Terhadap Return On Asset Pada BPRS Di Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5, 1–16. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v5i1.2462>
- Mahanis, J., & Nurhimah, N. (2022). Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Pemasaraan Jasa Pendidikan. *Tadribuna: Journal of*

- Islamic Education Management*, 2(1), 57–67.
- Marlina, A., & Ibrahim, S. (2019). Mekanisme Penyelesaian Pembiayaan Kpr Bermasalah Dengan Lelang Pada Pt Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Bogor. *Moneter: Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 7(2), 30. <https://doi.org/10.32832/moneter.v7i2.2516>
- Noor, S. (2014). *Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang*. 2, 9.
- Pratiwi, V. (2019). Analisis Kompetensi Pedagogik Dosen Pengampu Mata Kuliah Dalam Implementasi Computer Assisted Instruction (CAI). *Education Journal: Journal Educational Research and Development*, 3(2), 163–172. <https://doi.org/10.31537/ej.v3i2.209>
- Siregar, S. (2015). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan*. 1(2), 11.
- Sururi, A., Hasanah, B., & Sukendar, S. (2021). Strategi Kebijakan Pengelolaan Rumah Susun Sewa Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah di Kota Serang: Pendekatan Analisis SWOT – QSPM. *Jurnal EL-RIYASAH*, 12(1), 26–43. <https://doi.org/10.24014/jel.v12i1.12733>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wibowo, N. C. H. (2016). Pendampingan Keterampilan Dan Pengembangan Usaha Batik Ciprat Untuk Sekolah Luar Biasa (Slb) Tunagrahita Pada Yayasan Autisma Semarang. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 15(1), 85–108. <https://doi.org/10.21580/Dms.2015.151.738>
- Widiyarini, W., & Hunusalela, Z. F. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM dalam Upaya Peningkatan Penjualan T Primavista Solusi. *JABE (Journal of Applied Business and Economics)*, 5(4), 384–397. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.416>