

## Analisis SWOT Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) HIK Parahyangan Cabang Ciamis

Nopianti Pebrianta<sup>1</sup> Nila Nurochani<sup>2</sup> Ganjar Santika<sup>3</sup>

Program Studi Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Ar-Risalah, Kabupaten Ciamis, Provinsi Jawa Barat, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email: [nopiantipebrianta@gmail.com](mailto:nopiantipebrianta@gmail.com)<sup>1</sup>

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan di BPRS HIK Parahyangan Ciamis, dimana terdapat berbagai macam produk dan pelayanan jasa yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Diperlukan strategi usaha yang baik guna menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan dianalisis menggunakan SWOT. Jenis data terdiri dari data primer dan sekunder. Hasil penelitian dari metodologi deskriptif analisis SWOT dapat diperoleh nilai matriks dari faktor internal 3,18 dan nilai matriks eksternal 3,00. Dari hasil penelitian ini BPRS HIK Parahyangan Ciamis berada di kuartan I (positif,positif), yang menunjukkan perusahaan berada pada posisi yang menguntungkan dan memiliki kekuatan serta peluang. Dan dapat menggunakan kekuatan dan peluang ini sepenuhnya dengan menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

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



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

### PENDAHULUAN

Banyak pelaku bisnis harus mampu terlibat dalam kompetisi bisnis dengan maksud untuk mendapatkan tujuan perusahaan supaya tampil lebih unggul dari bisnis pesaing karena semakin cepatnya persaingan bisnis. Akibatnya, perusahaan membutuhkan perencanaan bisnis yang tepat. sehingga dapat berkonsentrasi pada posisi di perusahaan dan memahami ke mana maksud perusahaan, bagaimana menuju ke sana, dan langkah apa yang perlu diambil untuk memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang sudah ada. Akibatnya, jika ingin bisnis berjalan dengan lancar dan efektif, perusahaan memerlukan rencana bisnis yang solid (Hamid, 2003).

Untuk mencapai tujuan perusahaan saat ini, setiap bank harus dapat mengembangkan strategi pemasaran untuk menyediakan atau meningkatkan layanan pelanggan. Strategi pemasaran kini terintegrasi dalam upaya memenuhi kebutuhan pelanggan. Biasanya, strategi pemasaran diimplementasikan menggunakan bauran pemasaran produk, harga, lokasi, dan promosi. Isoraite menyatakan bahwa bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan strategi produk, penetapan harga, distribusi dan promosi dengan menyalurkan ke pasar sasaran (Wardhana, 2021). Oleh karena itu, suatu produk pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri, dan analisis atau penelitian biasanya digunakan untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangan tersebut. Diperkirakan analisis SWOT dapat digunakan untuk mengevaluasi produk dan memasarkannya. Analisis SWOT adalah metode untuk menentukan secara sistematis berbagai faktor yang digunakan untuk mengembangkan strategi perusahaan. Berdasarkan logika, strategi analisis ini mengoptimalkan peluang dan kekuatan serta mengurangi ancaman dan kelemahan. Oleh karena itu, keempat faktor yang mempengaruhi analisis SWOT dapat dipilah dan dianalisis. Akibatnya, analisis faktor strategis

perusahaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamandapat digunakan sebagai dasar perencanaan strategis (Fatimah, 2020).

Sehubungan dengan area fungsional bisnis, setiap organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan. Landasan untuk menetapkan tujuan dan strategi adalah pernyataan misi yang jelas, serta peluang atau ancaman internal dan kelemahan. Tujuan dari penetapan tujuan dan strategi adalah untuk menggunakan kekuatan internal dan menghindari kelemahan (David, 2016). Penelitian ini dilakukan di BPRS HIK Parahyangan Ciamis, dimana sebelumnya peneliti telah melakukan penelitian pendahuluan untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah. Dari pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti di BPRS HIK Parahyangan Ciamis terlihat bahwa nasabah tabungan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Adapun data tabungan nasabah BPRS HIK Parahyangan Ciamis adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Daftar Jumlah Nasabah Tabungan**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2018	1.133
2019	1.469
2020	767
2021	1.257
2022	1.336

Sumber: BPRS HIK Parahyangan Cabang Ciamis

Berdasarkan tabel 1, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) HIK Parahyangan Cabang Ciamis mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2018-2019. Sebaliknya, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) HIK Parahyangan Cabang Ciamis justru mengalami penurunan di tahun 2020. Ibu Dina Rosanti mengaku penyebabnya adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) HIK Parahyangan Cabang Ciamis membuka kantor cabang di Pangandaran tepatnya di Jl. Raya Parigi yang terletak di Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran mengalami penurunan jumlah pelanggan. Sebelumnya, kas seluruh kantor kas Ciamis-Banjar-Pangandaran disetorkan ke kantor cabang Ciamis; Namun, ini berubah pada tahun 2020.

Peneliti tertarik untuk mempelajari lebih dalam proses perencanaan strategi pemasaran BPRS HIK Cabang Ciamis dan hasil analisis SWOT yang memperhitungkan faktor internal dan eksternal. Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, khususnya dalam jurnal (Daulay: 2021) dengan judul penelitiannya, "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima" Penelitiannya menunjukkan bahwa PT. Posisi perusahaan di kuadran tipe I (positif, positif) menguntungkan BPRS Gebu Prima. Selanjutnya penelitian sebelumnya (Prihatini: 2019) dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan IB Mitra Sipantas Pada PT.BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga" temuan penelitiannya menunjukkan bahwa BPRS Buana Mitra Perwira kemungkinan besar menggunakan bauran pemasaran dalam implementasinya. Dan diperkuat dengan penelitian terdahulu oleh (Kudadiri: 2018) di dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada PT. BPRS Puduarta Insani Tembung" hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dari faktor internal dan eksternal menunjukkan perusahaan masuk pada tipe kuardan I (positif,positif), perusahaan juga mempunyai peluang dan kekuatan.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, hal-hal yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana strategi pemasaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) HIK Parahyangan Cabang Ciamis dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan? Dan bagaimana

hasil dari analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal? Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini ialah: Untuk mengetahui strategi pemasaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) HIK Parahyangan Cabang Ciamis dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan dan untuk mengetahui strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal.

## Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. Penelitian Terdahulu**

No	Sumber	Judul	Metode	Hasil
1	Romi Ahmad Sanusi Harahap. Institusi Agama Islam Negeri. 2016	Startegi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan	Kualitatif Deskriptif	Strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan 4P, pertama produk, dengan menyediakan beragam produk sesuai dengan kebutuhan nasabah. Kedua harga, menerapkan sistem bagi dan menawarkan langsung kepada nasabah. Keempat tempat, tempat yang sangat strategis terletak di Pasar Inpres Sadabuan. Jadi startegi pemasaran yang dilakukan kurang efektif dikarenakan nasabah lebih cenderung meminjam daripada menabung.
2	Amsary Lutfi. Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2017	Analisi Strategi Pemasaran Pada BMT Al-Hasanah Lampung Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam	Kualitatif Deskriptif	Menawarkan program pinjaman Qardhul Hasan kepada pelaku usaha kecil yang potensial, memberikan apresiasi kepada nasabah khususnya untuk produk simpanan yang meningkatkan jumlah saldo simpanan, memasang iklan dalam bentuk spanduk dan brosur, serta melakukan sosialisasi kepada masyarakat secara <i>door-to-door</i> dan keramahtamahan di suatu acara adalah semua komponen dari strategi pemasaran. Dalam kegiatan pemasarannya menggunakan produk, harga, lokasi, dan promosi adalah semua komponen bauran pemasaran. Etika bisnis Islam tidak bertentangan dengan perspektif ekonomi Islam pada strategi pemasaran yang diterapkan karena sejalan dengan prinsip syariah.
3	Yanuarti Prihatini. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. 2019	Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan IB Mitra Sipantas Pada PT. BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga	.Kualitatif Deskriptif	Secara langsung atau melalui media, strategi bauran pemasaran digunakan untuk menerapkan strategi pemasaran, dan strategi pemasaran lainnya seperti strategi merebut bola dan mengambilnya. Diharapkan masyarakat umum lebih mengenal BPRS Buana Mitra Perwira sebagai hasil penerapan strategi pemasaran ini.

## METODE PENELITIAN

Strategi untuk mencapai tujuan tertentu adalah metode penelitian. Purwanto (2010) mengartikan metode penelitian sebagai prosedur yang dilakukan dengan cara tertentu secara terarah, sistematis, dan tertata sedemikian rupa sehingga pemecahan masalah menjadi penggerak di balik setiap tahapan. Peneliti dalam penelitian ini mengambil pendekatan kualitatif dan deskriptif untuk penelitian. Analisis data yang berbentuk analisis SWOT dijelaskan secara rinci dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif. Penelitian deskriptif-kualitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan kata-kata dan gambar dari wawancara, serta dokumen, kaset, dan catatan pribadi (Sugiono, 2019). Penelitian kualitatif deskriptif, di sisi lain, bertujuan untuk mengumpulkan data sebenarnya dan mendalam, mengenali masalah, melakukan pertimbangan atau evaluasi, menemukan apa yang telah dilakukan orang lain ketika mengalami masalah yang sama, dan belajar dari pengalaman mereka untuk membuat rencana masa depan dan keputusan (Suyanto & Sutinah, 2022).

Sifat hubungan antara peneliti dan informan diperiksa secara langsung dengan menggunakan metode ini. Dalam pendekatan kualitatif, data dikumpulkan berdasarkan fakta-fakta di lapangan dan dideskripsikan dalam bentuk narasi dari transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya sebagai pengganti angka. Teori yang ada digunakan sebagai penjelasan (Moleong, 2021). Penelitian ini menggunakan strategi penelitian kualitatif. meningkatkan jumlah nasabah tabungan di BPRS HIK Parahyangan Cabang Ciamis dengan berkonsentrasi pada penyelesaian permasalahan yang tepat mengenai keuntungan, kerugian, peluang, dan ancaman strategi pemasaran.

### **Subjek Penelitian**

Manajer pemasaran dan beberapa pegawai BPRS HIK Parahyangan Cabang Ciamis merupakan pihak yang terkait atau memiliki hubungan dengan permasalahan yang penulis teliti sebagai responden dalam penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti dapat menggunakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data primer dan data sekunder digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan.

1. Teknik Pengumpulan Data Primer. Metode pengumpulan data primer adalah yang diperoleh langsung dari pihak-pihak yang menjadi sumber penelitian di lapangan. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data. Peneliti dapat menerapkan strategi ini dengan:
  - a. Observasi. Metode observasi melibatkan pengumpulan data terlebih dahulu dan kemudian melakukan observasi lapangan langsung terhadap subjek penelitian. Oleh karena itu peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data observasi dengan terjun langsung ke lapangan atau melakukan observasi langsung disana.
  - b. Wawancara. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada orang-orang secara lisan selama wawancara, yang merupakan metode pengumpulan data. Wawancara ini dilakukan dengan maksud untuk memberikan informasi yang lengkap, komprehensif, dan mendalam kepada peneliti tentang strategi pemasaran peningkatan jumlah nasabah tabungan di BPRS HIK Cabang Parahyangan Ciamis (Martono, 2015).
  - c. Dokumentasi. Dokumentasi adalah metode untuk mengumpulkan data yang melibatkan pengumpulan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumen ini dapat berupa catatan pemerintah, temuan penelitian, foto atau gambar, catatan harian, rekaman pidato, atau berbagai format lainnya (Martono, 2015).
2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder. Setelah mengumpulkan data primer, teknik pengumpulan data sekunder digunakan untuk mengumpulkan data sekunder. Bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibedakan menjadi sumber buku, masalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi ditinjau dari sumber data (Basrowi & Suwandi, 2008)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis SWOT Berdasarkan Faktor Eksternal dan Internal

Sejak didirikan pada tahun 1993, BPRS HIK Parahyangan Ciamis telah memiliki anggota dengan pembiayaan tetap. Agar BPRS HIK Parahyangan Ciamis dapat berkembang lebih pesat di masa mendatang, meskipun persaingan antar bank sangat ketat, khususnya di kota Ciamis, hal ini tentunya menjadi pertimbangan utama. Berikut adalah secara spesifik tentang kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman yang dikumpulkan peneliti dari hasil wawancara dengan BPRS HIK Parahyangan Ciamis:

#### 1. Faktor Internal

- a. Kekuatan (*Strength*). Jika dibandingkan dengan kemampuan pesaing, kekuatan utama perusahaan adalah kekuatannya (Zakiyudin, 2013). Faktor kekuatan adalah keahlian atau keunggulan unik dalam keahlian tertentu yang merupakan bagian dari organisasi secara keseluruhan. Ini mudah dilihat jika perusahaan memiliki penawaran unik yang membedakannya dari para pesaingnya dan dapat memuaskan pemangku kepentingan dan pelanggan (Fatimah, 2020). Berdasarkan temuan analisis, BPRS HIK Parahyangan Ciamis memiliki kekuatan sebagai berikut:
  - 1) Tidak Ada Potongan Biaya Administrasi Perbulan. Bank membebankan biaya administrasi kepada pemegang rekening atau nasabah. Biaya administrasi bulanan atau per transaksi akan dikenakan untuk setiap penggunaan rekening bank. Pelanggan dikenakan biaya manajemen akun untuk biaya administrasi ini. Akibatnya, beberapa bank telah mengurangi biaya administrasi bulanan. Berbeda dengan BPRS HIK Parahyangan Ciamis yang tidak memungut biaya administrasi setiap bulan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Ibu Dina Rosanti selaku pengawas operasional dalam wawancara dengan BPRS HIK Parahyangan Ciamis: "Salah satu kelebihan kami ialah tidak ada potongan biaya administrasi perbulan".
  - 2) Bagi Hasil Yang Cukup Tinggi. Muhammad menjelaskan, bagi hasil dalam bahasa Inggris disebut sebagai profit sharing. Bagi hasil didefinisikan seperti itu dalam kamus ekonomi. Bagi hasil, menurut definisi, adalah proses pemberian bonus tunai kepada bisnis berdasarkan berapa banyak uang yang mereka hasilkan di tahun-tahun sebelumnya. Keuntungan harus dibagi sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Ini terjadi antara mudharib dan shahibul maal (Muhammad, 2005). Dari sisi bagi hasil BPRS HIK Parahyangan Ciamis terhitung cukup tinggi. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan ibu Dina Rosanti sebagai supervisor operasional menyatakan bahwa: "Di BPRS HIK Parahyangan Ciamis bagi hasilnya terbilang cukup tinggi, hal ini pun bisa dijadikan senjata para *funding* untuk promosi". Kemudian dari hasil wawancara dengan ibu Restu Pebriani sebagai *teller* menyatakan bahwa: "Persentase bagi hasil tidak bisa ditentukan oleh pihak kami melainkan langsung ditetapkan oleh sistem. Hal ini pun tergantung dari saldo tabungan nasabah". Akibatnya, persentase bagi hasil BPRS HIK Parahyangan Ciamis tidak tetap karena ditentukan oleh sistem dan bergantung pada saldo tabungan nasabah.
  - 3) Transparansi Pihak Bank Dengan Pihak Nasabah Yang Bersangkutan. Dalam kegiatan praktik bisnis perbankan, penerapan prinsip keterbukaan memegang peranan yang sangat penting. Nasabah bank syariah memahami pentingnya kewajiban mereka untuk memberikan informasi kepada nasabah mengenai produk layanan secara jelas dan mudah dipahami. Karena dalam kebanyakan kasus, informasi tentang produk yang ditawarkan bank tidak memberikan penjelasan yang berimbang tentang manfaat, risiko, atau karakteristik yang melekat pada produk tersebut (POJK, 2016). Prinsip keterbukaan perbankan syariah dianut oleh BPRS HIK Parahyangan Ciamis.

Ini termasuk memberikan informasi kepada pelanggan tentang potensi risiko yang terkait dengan transaksi pada produk. Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Wisnu Wahyu sebagai collector funding menyatakan bahwa: "Hal ini dilakukan untuk menjaga kepentingan nasabah dan mencegah risiko yang dapat terjadi di kemudian hari."

- 4) Kemudahan Dalam Transaksi *M-Banking*. Salah satu dari sekian banyak fitur e-channel banking adalah mobile banking, yang dapat dilakukan melalui aplikasi seluler Android atau iOS. Aplikasi mobile banking dapat di-install oleh nasabah langsung dari ponselnya, dan biaya aksesnya disesuaikan dengan kuota masing-masing nasabah (Latumaerissa, 2017). Selain itu, BPRS HIK Parahyangan Ciamis juga menawarkan layanan m-banking tersendiri, sehingga memudahkan nasabah untuk bertransaksi tanpa perlu datang ke kantor. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak Wisnu Wahyu sebagai collector funding menyatakan bahwa: "M-banking memudahkan nasabah untuk bertransaksi dan dapat diakses oleh siapa saja yang menggunakan ponsel,"
- 5) Bisa Melakukan Transaksi PPOB (*Payment Point Online Bank*) Seperti Bayar Listrik, Telepon Dan Lain-Lain. Sistem pembayaran *online* yang memanfaatkan fasilitas perbankan disebut PPOB (*Payment Point Online Bank*). Dalam hal ini, pembayaran yang dimaksud dapat berupa *multifinance*, PLN, BPJS, PDAM, telepon, pulsa, internet, paket data, asuransi, kartu kredit, atau *voucher game*. Pilihan lain termasuk kartu kredit. Selain itu, perusahaan PPOB memfasilitasi transaksi perbankan seperti transfer bank, setor tunai, dan tarik tunai. BPRS HIK Parahyangan Ciamis juga mempunyai layanan transaksi PPOB untuk memudahkan nasabah membayar tagihan. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti sebagai supervisor operasional menyatakan bahwa: "Pelanggan akan lebih mudah membayar tagihan bulannya dengan layanan ini".
- 6) Kemudahan Pelayanan Kepada Nasabah Dengan Adanya Program Jemput Bola. Layanan jemput bola merupakan salah satu strategi pemasaran dimana petugas langsung mendatangi pelanggan atau calon pelanggan untuk secara leluasa menjelaskan fungsi produk. Untuk produk bank, sistem ini merupakan cara yang baik untuk mencapai tujuan pemasaran (Hurriyati, 2005). Layanan jemput bola disediakan oleh BPRS HIK Parahyangan Ciamis, dan pihak pemasaran memanfaatkannya untuk terjun langsung ke tempat tujuan untuk mempromosikan produknya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Dina Rosanti sebagai *supervisor operasional* menyatakan bahwa: "Ada layanan penjemputan di BPRS HIK Parahyangan Ciamis dimana nasabah dapat membuka tabungan di tempat tanpa harus datang ke kantor, dan kolektor *funding* juga dapat mengambil tabungannya."
- 7) Menerapkan Sistem Perbankan Berbasis Syariah. Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio mendefinisikan "bank syariah" sebagai "bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam", yaitu bank yang menjalankan ketentuan syariah Islam dalam operasinya, terutama yang berkaitan dengan tata cara bertransaksi dengan Islam. Tata cara muamalah melarang praktek-praktek yang dianggap melibatkan riba, seperti bagi hasil, pembiayaan perdagangan, atau kegiatan investasi (Usman, 2012). Nasabah sangat diuntungkan dengan sistem perbankan berbasis syariah yang diterapkan BPRS HIK Parahyangan Ciamis yang juga mencegah riba. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti sebagai *supervisor operasional* yang menyatakan bahwa: "Sistem berbasis syariah yang menganut syariat Islam digunakan oleh bank kami. Hal ini dilakukan untuk mencegah riba, dan

kami juga menggunakan sistem bagi hasil untuk mempermudah dan memberikan keuntungan bagi nasabah yang menabung di bank kami”.

b. Kelemahan (*Weakness*). Kondisi atau apapun yang menyebabkan tubuh organisasi menjadi lemah atau kurang adalah kelemahan. Kelemahan tersebut dapat berupa kekurangan sarana dan prasarana organisasi, kualitas atau kemampuan pegawai yang kurang baik, kepercayaan konsumen yang rendah, ketidaksesuaian antara hasil produk dengan kebutuhan konsumen, dan hal-hal serupa lainnya (Fatimah, 2020). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan kelemahan yang dimiliki BPRS HIK Parahyangan Ciamis adalah:

- 1) ATM Hanya Tersedia Di Kantor Cabang. Suatu sistem pelayanan yang menggunakan komputer untuk mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari beberapa fungsi yang biasanya dilakukan oleh ATM dan dapat menggantikan fungsi *teller* untuk melayani berbagai transaksi perbankan dikenal dengan nama Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Biasanya, kartu identitas pribadi dan kartu plastik diperlukan untuk mengoperasikan ATM (Tjiptono, 2018). Saat ini banyak sekali ATM yang tersebar baik di kota besar maupun kota kecil. Nasabah tidak perlu pergi ke bank untuk menggunakan ATM ini yang juga memberikan pelayanan prima tanpa membatasi ketersediaannya. Namun berbeda dengan BPRS HIK Parahyangan Ciamis yang hanya memiliki ATM di kantor cabang dan membatasi waktu pelayanan sesuai jam kantor. Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Wisnu Wahyu sebagai *collector funding* menyatakan bahwa: “Saat ini BPRS HIK Parahyangan Ciamis belum menempatkan mesin ATM di berbagai tempat”. Kemudian dari hasil wawancara dengan ibu Dina Rosanti sebagai *supervisor operasional* menyatakan bahwa: “Kalau di BPRS HIK Parahyangan Ciamis mesin ATM nya hanya terpusat di kantor cabang, jadi untuk penarikan uang atau transaksi biasanya harus datang ke kantor”.
- 2) Transaksi Belum Bisa 24 Jam. Pertemuan antara dua pihak (penjual dan pembeli) untuk bertukar barang dan jasa untuk individu, bisnis, atau organisasi dengan pengaruh ekonomi atas bisnis disebut sebagai transaksi. Memudahkan nasabah dalam melakukan transfer, pembayaran, pembelian, investasi, dan jenis transaksi lainnya. Selain itu, memiliki ATM yang dapat beroperasi di luar jam kerja reguler dan membuat pemrosesan transaksi menjadi lebih sederhana sangat membantu. Namun, nasabah tidak dapat melakukan transaksi di BPRS HIK Parahyangan Ciamis di luar jam kerja reguler; sebaliknya, nasabah hanya dapat menjalankan proses transaksi selama jam kerja reguler, yaitu dari pagi hingga sore hari. Ini karena keamanannya tidak maksimal, sehingga tidak bisa dijaga sepanjang waktu. Pernyataan ini sesuai dengan hasil wawancara bapak Wisnu Wahyu sebagai *collector funding* menyatakan bahwa: “BPRS HIK Parahyangan Ciamis belum bisa melayani transaksi selama 24 jam hanya pada saat jam kantor saja. Di lihat dari sisi keamanannya juga belum bisa menjaga selama 24 jam”.
- 3) *M-Banking* Belum Bisa Transfer Antar Bank Lainnya. Saat ini banyak bank yang menawarkan layanan *m-banking*. *M-banking* adalah perbankan yang dilakukan melalui aplikasi untuk perangkat seluler. Siapa pun yang memiliki ponsel dapat menggunakan *m-banking*. Banyak orang merasa bahwa menggunakan *m-banking*, baik untuk pembayaran, pembelian, atau bahkan transfer antar bank atau bank lain, sangatlah mudah. Mereka bahkan tidak perlu pergi ke bank. Di BPRS HIK Parahyangan Ciamis juga mempunyai layanan *m-banking* yang dimana bisa dipergunakan dalam transaksi, akan tetapi terdapat kelemahan dalam *m-banking* yang ada di BPRS HIK Parahyangan Ciamis yaitu belum bisa transfer antar bank lain.

Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti yang menyatakan bahwa: “*M-banking* di BPRS HIK Parahyangan Ciamis belum bisa transfer antar bank lain, dikarenakan mungkin terhalang regulasi dari OJK itu sendiri”.

- 4) Jumlah *Collector Funding* Masih Minim Mengingat Wilayah Ciamis Yang Luas. Fungsi dan tanggung jawab *Collector Funding* terletak pada memperkenalkan, mempromosikan, memperluas jaringan atau relasi, dan memasarkan produk-produk perbankan. Seperti yang terjadi di BPRS HIK Parahyangan Ciamis, di mana karyawan marketing *funding* atau penghimpun dana bertugas memperkenalkan dan memasarkan produk. Meskipun demikian, BPRS HIK Parahyangan Ciamis kekurangan pegawai di bagian penghimpunan dana karena luas Kabupaten Ciamis yang mencapai 2.557 KM<sup>2</sup> dan BPRS HIK Parahyangan Ciamis hanya mempekerjakan satu orang spesialis penghimpun dana. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti menyatakan bahwa: “Nasabah harus datang ke kantor jika *Collector Funding* cuti karena tidak ada karyawan yang menyediakan layanan jemput bola.”

## **2. Faktor Eksternal**

- a. Peluang (*Opportunity*). Peluang adalah lingkungan eksternal yang menguntungkan bahkan dapat digunakan sebagai alat untuk memajukan bisnis atau organisasi (Fatimah, 2020). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peluang yang dimiliki BPRS HIK Parahyangan Ciamis adalah:
  - 1) Mempunyai Produk Unggulan. Pasti akan banyak produk-produk baru yang ditawarkan kepada masyarakat luas di bidang perbankan. Harus ada produk bermerek bank yang unggul di antara berbagai penawaran ini. Bank dapat menggunakan produk unggulan sebagai senjata untuk menarik calon nasabah. Begitu juga dengan BPRS HIK Parahyangan Ciamis yang memiliki produk unggulan salah satunya adalah produk tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) dimana produk ini sangat bermanfaat bagi para pelajar agar dapat mengatur keuangannya dengan baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti yang menyatakan bahwa: “Produk ini mempunyai peluang, dikarenakan tabungan pelajar hanya mengendap Rp1.000 lebih menguntungkan lalu minimal menabung juga tidak besar”.
  - 2) Bekerja Sama Dengan Bank/Instansi/Sekolah. Dalam dunia bisnis, memiliki mitra sangat penting untuk kemajuan. Dalam nada yang sama, memperluas tujuan pemasaran memerlukan mitra atau hubungan dari berbagai lembaga. Selain itu, BPRS HIK Parahyangan Ciamis memperluas jaringan pasar untuk mempromosikan produknya. Jika kontrak kerja sama ditandatangani, bank akan lebih mudah memasarkan produk tabungan. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti yang menyatakan bahwa: “Kami melakukan kerja sama ke berbagai tempat misal bank/instansi/sekolah untuk memperluas target pemasaran dan untuk mempromosikan produk kami”.
  - 3) Hubungan Yang Baik Dengan Nasabah. RA Supriyono menegaskan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan yang berperan penting dalam membujuk pelanggan untuk menggunakan suatu produk karena memberikan kesan yang jelas tentang kebutuhan pelanggan dan membuat mereka merasa puas (Supriyono, 1999). Salah satu strategi untuk mendapatkan keyakinan dan kepercayaan pelanggan adalah dengan menjalin hubungan dengan mereka. sehingga berpengaruh baik terhadap potensi maupun jumlah nasabah yang terus bertambah. Untuk memastikan nasabah tetap puas, BPRS HIK Parahyangan Ciamis berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan kualitas layanan. Dengan mengizinkan



nasabah untuk ikut memberikan saran kepada BPRS HIK Parahyangan Ciamis, hubungan baik dengan nasabah tidak hanya membantu meningkatkan penjual tetapi juga membantu dalam mengevaluasi dan mengembangkan usaha. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti menyatakan bahwa: “Mengutamakan kenyamanan dan kepentingan pelanggan merupakan aspek terpenting dalam pelayanan pelanggan. Untuk mempererat tali silaturahmi, biasanya kami melakukan silaturahmi ke pelanggan. Selain itu, sebagai hasilnya, pelanggan kami memiliki kepercayaan pada kami.”

- 4) Penyebaran *Mini bank* Atau Pojok Syariah Di Setiap Instansi Yang Bekerja Sama Dengan BPRS HIK Parahyangan Ciamis. Universitas menjalankan program layanan yang disebut "bank mini" untuk membantu mahasiswa belajar tentang perbankan syariah. Siswa dapat menerapkan apa yang telah mereka pelajari di bank mini untuk digunakan dengan memproses transaksi untuk pembayaran administrasi melalui bank mini. Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Wisnu Wahyu yang menyatakan bahwa: “Bank mini adalah salah satu program kami di mana kami dapat menawarkan produk kepada siswa dengan bantuan lembaga. Selain itu, siswa dapat belajar langsung bagaimana mempraktekkan apa yang telah mereka pelajari dan belajar cara menabung sejak dini.”
  - 5) Produk Tabungan Yang Dapat Disesuaikan Dengan Kebutuhan Menabung. Tabungan adalah uang yang disimpan di bank dan hanya dapat ditarik dalam kondisi tertentu. Kegiatan yang berkaitan dengan menabung sangat membantu untuk mengelola keuangan yang dibutuhkan setiap saat. Ada banyak produk tabungan yang tersedia di BPRS HIK Parahyangan Ciamis, antara lain tabungan pelajar, tabungan haji dan umrah, tabungan qurban, dan sebagainya. Lalu dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing individu. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti yang menyatakan bahwa: “Kami mempunyai produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan menabung nasabah”.
- b. Ancaman (*Treath*). Faktor eksternal yang berpotensi mengganggu kelancaran operasional organisasi atau perusahaan dikenal dengan istilah ancaman. Hal-hal di lingkungan yang berbahaya bagi organisasi adalah contoh ancaman. Ancaman yang tidak segera ditangani dapat berlangsung lama dan menghambat organisasi atau bisnis mencapai visi dan misinya (Fatimah 2020). Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan, peluang BPRS HIK Parahyangan Ciamis adalah:
- 1) Persaingan Antar Bank. Persaingan antar bank bukanlah hal baru dalam industri perbankan; Saat ini, terlihat jelas bagaimana bank-bank ini bersaing untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen. Tidak menutup kemungkinan BPRS HIK Parahyangan Ciamis juga ikut serta dalam kompetisi ini sehingga BPRS HIK Parahyangan Ciamis mengupayakan untuk membuat nasabah senang dan berhemat. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti yang menyatakan bahwa: “Persaingan bank tidak dapat dihindari, maka dari itu kami berusaha semaksimal mungkin untuk mencoba mengeluarkan produk baru dan memaksimalkan pelayanan agar nasabah senang menabung di BPRS HIK Parahyangan dengan baik dan nyaman dengan pelayanan kami”.
  - 2) Semakin Banyak *Competitor* Baru. Orang atau bisnis yang memproduksi atau menjual jasa yang bentuk, fungsi, atau manfaatnya identik dengan produk jasa yang ditawarkan dianggap sebagai pesaing (Pahlephi, 2022). Kehadiran para pesaing tentunya akan meningkatkan persaingan bisnis untuk mendapatkan perhatian pelanggan. Hidup di negara yang menganut sistem ekonomi yang memberikan hak

kepada warganya untuk berbisnis juga tidak bisa dihindari. BPRS HIK Parahyangan Ciamis juga tidak luput dari persaingan perbankan; banyaknya pesaing baru memaksa perusahaan untuk lebih fokus pada retensi pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti yang menyatakan bahwa: “Tidak menutup kemungkinan akan banyak pesaing baru yang bermunculan. Oleh sebab itu, kami bekerja untuk meningkatkan produk kami, layanan pelanggan, dan aspek lainnya”.

- 3) Masyarakat Yang Belum Tahu Banyak Tentang BPRS HIK Parahyangan Ciamis. Perekonomian Indonesia saat ini berkembang pesat, khususnya di sektor perbankan, khususnya bank syariah. Hal ini disebabkan fakta bahwa Indonesia adalah salah satu negara Muslim terbesar di dunia. Meskipun demikian, mungkin saja banyak orang yang belum begitu paham tentang perbankan syariah akibat dari perkembangan ini. Masyarakat, khususnya yang tinggal di pedesaan atau kota kecil, sama sekali belum familiar dengan ide perbankan berbasis syariah. Inilah yang dialami oleh BPRS HIK Parahyangan Ciamis: masyarakat tidak mengetahui keberadaan bank tersebut, dan sebagian besar dari mereka tidak mengetahuinya dibandingkan dengan bank lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dina Rosanti yang menyatakan bahwa: “Dibandingkan dengan bank lain, BPRS HIK Parahyangan Ciamis masih kurang dikenal oleh masyarakat. Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menabung di BPRS HIK Parahyangan Ciamis, kami menghadapi tantangan dalam mempromosikan perusahaan”.
- 4) Pemahaman Nasabah Yang Kurang Mengenai Konsep Syariah. Di Indonesia saat ini terdapat banyak bank syariah. Tabungan Islam baru-baru ini mulai mendapatkan popularitas. Namun masih banyak juga masyarakat yang belum mengetahui cara menabung di bank syariah, dan mayoritas masyarakat juga berpendapat bahwa bank syariah dan bank konvensional tidak jauh berbeda. Praktisi di bank syariah khususnya di BPRS HIK Parahyangan Ciamis juga sangat perhatian dengan hal ini. Pegawai di BPRS HIK Parahyangan Ciamis harus mendemonstrasikan dengan jelas cara menabung yang sesuai dengan syariah guna meningkatkan kesadaran akan syariah. Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Wisnu Wahyu yang menyatakan bahwa: “Sebelum memasarkan produk, kami akan menjelaskan apa itu syariah. Bagaimana cara menabung sesuai syariah. Di BPRS HIK Parahyangan Ciamis, kami akan mulai memperkenalkan produk setelah semuanya jelas”.

### 3. Matriks SWOT

Faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dipadukan dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman membentuk 4 alternatif strategi SO (*Strength Opportunity*), ST (*Strength Threats*), WO (*Weakness Opportunity*), dan WT (*Weakness Threats*). Matriks SWOT merupakan gabungan dari kedua jenis faktor tersebut (Rangkuti 2016). Berikut di bawah ini matriks SWOT antara lain:

**Tabel 3. Matriks SWOT BPRS HIK Parahyangan Ciamis**

Internal Strategy Factor Analysis Summary (IFAS)  Eksternal Strategy Factor Analysis Summary (EFAS)	Strength (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak ada potongan biaya administrasi perbulan.</li> <li>2. Bagi hasil yang lumayan tinggi.</li> <li>3. Transparansi pihak bank dengan pihak nasabah yang bersangkutan.</li> <li>4. Kemudahan dalam bertransaksi <i>m-banking</i>.</li> <li>5. Bisa melakukan transaksi PPOB seperti</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ATM yang hanya tersedia di kantor cabang.</li> <li>2. <i>M-banking</i> belum bisa transfer antar bank lainnya.</li> <li>3. Transaksi belum bisa 24 jam.</li> </ol>

	bayar listrik, telepon dll. 6. Kemudahan pelayanan kepada nasabah dengan adanya program jemput bola. 7. Menerapkan sistem perbankan berbasis syariah	4. Jumlah <i>collector funding</i> masih minim mengingat Ciamis yang luas.
<b>Opportunity (O)</b>	<b>Strength Opportunity (SO)</b>	<b>Weakness Opportunity (WO)</b>
1. Mempunyai produk unggulan. 2. Bekerja sama dengan Bank/Instansi dan sekolah. 3. Hubungan baik dengan pihak nasabah. 4. Penyebaran <i>mini bank</i> di setiap instansi yang bekerja sama dengan BPRS HIK Parahyangan Ciamis. 5. Produk tabungan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan menabung.	1. Menjaga citra bank perkreditan yang berbasis syariah. 2. Menjalinkan hubungan kerjasama dengan organisasi lain. 3. Menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan menabung nasabah.	1. Meningkatkan fasilitas berbasis teknologi untuk mempermudah akses nasabah. 2. Meningkatkan SDM <i>marketing funding</i> untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. 3. Memasang ATM ke berbagai tempat agar nasabah dapat bertransaksi di luar jam kerja.
<b>Threats (T)</b>	<b>Strength Threats (ST)</b>	<b>Weakness Opportunity (WO)</b>
1. Persaingan antar bank. 2. Semakin banyak <i>competitor</i> baru. 3. Masyarakat yang belum tahu banyak tentang BPRS HIK Parahyangan Ciamis. 4. Pemahaman nasabah yang kurang mengenai konsep syariah.	1. Untuk menarik lebih banyak nasabah, BPRS HIK Parahyangan Ciamis perlu lebih banyak melakukan kegiatan sosialisasi. 2. Meningkatkan kinerja BPRS HIK Parahyangan Ciamis agar tetap kompetitif dengan para pesaingnya. 3. Lebih mengembangkan kualitas bantuan dengan tujuan agar nasabah lebih memperhatikan produk-produk yang ada di BPRS HIK Parahyangan Ciamis.	1. menjaga kualitas produk sekaligus meningkatkan daya saing produk. 2. Layanan berbasis online masih dapat dikembangkan oleh BPRS HIK Parahyangan Ciamis.

Sumber: Hasil Penelitian (Di olah, 2023)

Berdasarkan dari tabel matriks SWOT di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. *Strength Opprotunity (SO)*. Strategi SO yang merupakan kombinasi dari kekuatan dan peluang untuk menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, menghasilkan temuan matriks SWOT, yaitu sebagai berikut:
- 1) Menjaga citra bank perkreditan yang berbasis syariah. BPRS HIK Parahyangan Ciamis menganut prinsip perbankan syariah yang melarang riba, bagi hasil sesuai ketentuan syariah, dan transparansi nasabah. Untuk membangun kepercayaan nasabah terhadap BPRS HIK Parahyangan Ciamis, hal ini harus dijaga.
  - 2) Menjalinkan hubungan kerjasama dengan organisasi lain. Salah satu cara untuk menumbuhkan perusahaan dalam bisnis adalah bekerja sama dengan orang lain. Sesuai dengan itu, BPRS HIK Parahyangan Ciamis harus menjalinkan kerja sama dengan berbagai organisasi, antara lain dunia usaha, pemerintah, dan sekolah. Hal ini agar BPRS HIK Parahyangan Ciamis semakin dikenal masyarakat luas.
  - 3) Menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan menabung nasabah. Ada beragam produk simpanan dan pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS HIK Parahyangan Ciamis. Untuk memudahkan pelanggan memilih produk yang mereka butuhkan, produk ini juga harus dimodifikasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut.

- b. *Weakness Opportunity* (WO). Perumusan strategi WO yang merupakan kombinasi antara peluang dan kelemahan untuk menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang menghasilkan temuan matriks SWOT sebagai berikut:
- 1) Meningkatkan fasilitas berbasis teknologi untuk mempermudah akses nasabah. M-banking dan layanan berbasis teknologi lainnya tersedia di BPRS HIK Parahyangan Ciamis. Namun m-banking BPRS HIK Parahyangan Ciamis memiliki kelemahan yaitu tidak dapat mentransfer dana ke bank lain. Akibatnya, layanan m-banking harus ditingkatkan untuk memudahkan transaksi nasabah.
  - 2) Meningkatkan SDM *collector funding* untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Selain menawarkan produk-produk unggulan, BPRS HIK Parahyangan Ciamis juga menawarkan program jemput bola dimana dana pengumpul diantarkan langsung ke lokasi nasabah sehingga nasabah tidak perlu datang ke kantor cabang Ciamis. Namun karena kekurangan SDM di bagian penghimpunan dana di BPRS HIK Parahyangan Ciamis, karyawan yang cuti, nasabah otomatis datang ke kantor cabang. Oleh karena itu, untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi, BPRS HIK Parahyangan Ciamis perlu meningkatkan karyawan dibagian *marketing funding*.
  - 3) Memasang ATM ke berbagai tempat agar nasabah dapat bertransaksi di luar jam kerja. Saat ini, ATM tersedia di bank-bank di Indonesia untuk mempermudah transaksi bagi nasabah. ATM serupa tersedia di kantor cabang Ciamis BPRS HIK Parahyangan Ciamis. Namun, ATM ini hanya dapat diakses di kantor cabang dan tidak di lokasi lain. Oleh karena itu, alangkah baiknya jika BPRS HIK Parahyangan Ciamis menempatkan ATM di berbagai lokasi agar mudah dijangkau nasabah.
- c. *Strenght Threats* (ST). Perumusan ST yang merupakan gabungan antara kekuatan dan ancaman untuk menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, menghasilkan matriks SWOT sebagai berikut:
- 1) Untuk menarik lebih banyak nasabah, BPRS HIK Parahyangan Ciamis perlu lebih banyak melakukan sosialisasi. Sosialisasi harus digencarkan agar masyarakat mengetahui BPRS HIK Parahyangan Ciamis. berdasarkan produk yang beragam, lokasi yang strategis, dan layanan penjemputan bola. Untuk menarik minat masyarakat agar dapat menabung di BPRS HIK Parahyangan Ciamis, BPRS HIK Parahyangan Ciamis perlu lebih memanfaatkan keunggulan tersebut.
  - 2) Meningkatkan kinerja BPRS HIK Parahyangan Ciamis agar tetap kompetitif dengan para pesaingnya. BPRS HIK Parahyangan Ciamis harus terus meningkatkan kinerjanya baik dari segi produk, layanan, maupun bidang lainnya mengingat banyaknya pesaing di industri perbankan. Hal ini dilakukan agar BPRS HIK Parahyangan Ciamis tetap kompetitif dengan bank lain.
  - 3) Lebih mengembangkan kualitas pelayanan dengan tujuan agar nasabah lebih memperhatikan produk-produk yang ada di BPRS HIK Parahyangan Ciamis. BPRS HIK Parahyangan Ciamis melayani berbagai macam nasabah, mulai dari anak kecil hingga lansia. Selain itu, banyak dari pelanggan ini tidak mengetahui fitur atau keunggulan produk. Sebaiknya BPRS HIK Parahyangan Ciamis meningkatkan pelayanannya, khususnya untuk lansia, agar nasabah lansia dapat lebih memahami produk-produk yang ditawarkan.
- d. *Weakness Threats* (WT). Matriks yang dibuat sebagai hasil perumusan strategi WT berisi kombinasi ancaman dan kelemahan untuk menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, seperti:
- 1) Menjaga kualitas produk sekaligus meningkatkan daya saing produk. Saat ini, bank lain sedang berusaha keras untuk mengembangkan produk yang bermanfaat dan

banyak diminati. Selain itu, BPRS HIK Parahyangan Ciamis berupaya mengembangkan produk-produk baru yang sangat bermanfaat bagi masyarakat. BPRS HIK Parahyangan Ciamis juga harus menjaga kualitas produk agar dapat memproduksi barang tersebut. Apakah produk memenuhi kebutuhan pelanggan? Hal ini dilakukan agar produk tersebut lebih baik dibandingkan produk dari bank lain.

- 2) Layanan berbasis online masih dapat dikembangkan oleh BPRS HIK Parahyangan Ciamis. Banyak orang mulai menggunakan ponsel mereka untuk melakukan transaksi keuangan sebagai hasil dari teknologi modern. Hal ini karena pengguna ponsel dapat menggunakan layanan online yang ditawarkan oleh bank. BPRS HIK Parahyangan Ciamis juga menawarkan layanan yang dapat diakses secara online; Namun alangkah baiknya BPRS HIK Parahyangan Ciamis meningkatkan layanan online-nya guna mempermudah transaksi seperti transfer dana ke bank lain.

#### 4. Matrik IFAS dan EFAS

Internal *Strategy Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksterna Strategy Factor Analysis Summary* (EFAS) adalah dua matriks yang digunakan untuk menghitung nilai faktor untuk matriks SWOT. Di bawah matriks IFAS dan EFAS adalah:

##### a. Matriks *Internal Strategy Factor Analysis Summary* (IFAS)

Ahmad menyatakan bahwa kita harus terlebih dahulu menentukan bobot (a) dan rating (b) poin faktor serta jumlah perkalian bobot dan rating (axb) pada masing-masing faktor S-W untuk menentukan posisi perusahaan secara akurat. Memberi peringkat kekuatan dan peluang untuk mendapatkan rating 3 (kuat) atau 4 (sangat kuat) adalah cara pemberian nilai. Mereka diberi peringkat 1 (sangat lemah) atau 2 (lemah) untuk ancaman dan kelemahan. Berikan setiap faktor nilai antara 0,00 (tidak penting) dan 1,00 (semua penting) untuk kepentingannya. Semua bobot harus menambahkan hingga 1,00 (Ahmad,2020).

**Tabel 4. Matriks IFAS**

Faktor Strategi	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (axb)
<b>Kekuatan (S)</b>			
1. Tidak ada potongan biaya administrasi perbulan	0,13	4	0,53
2. Bagi hasil yang lumayan tinggi	0,05	4	0,21
3. Transparansi pihak bank dengan pihak nasabah yang bersangkutan	0,11	3	0,32
4. Kemudahan dalam transaksi <i>m-banking</i>	0,05	3	0,16
5. Bisa melakukan transaksi PPOB seperti bayar listrik, telepon dll	0,11	4	0,42
6. Kemudaha pelayanan kepada nasabah dengan adanya program jemput bola	0,13	3	0,39
7. Menerapkan sistem perbankan berbasis syariah	0,11	4	0,42
Total Kekuatan	0,68		2,45
<b>Kelemahan (W)</b>			
1. ATM yang hanya tersedia di kantor cabang	0,05	3	0,16
2. <i>M-banking</i> belum bisa transfer antar bank lain	0,11	2	0,21
3. Transaksi belum bisa 24 jam	0,11	2	0,21
4. Jumlah <i>collector funding</i> masih minim mengingat wilayah Ciamis yang luas	0,05	3	0,16
Total Kelemahan	0,32		0,74
Total Skor	1,00		3,18

Sumber: Data Diolah (2023)

Skor total terbobot sebesar 3,18 diperoleh berdasarkan tabel 4. Sebelumnya, Rangkuti (2016) menyatakan posisi internal yang lemah ditunjukkan dengan skor antara 1,00 dan 1,99. Skor antara 2,00 dan 2,99 menunjukkan rata-rata. Posisi internal yang kuat ditunjukkan dengan skor antara 3 sampai dengan 4. Karena kondisi internal BPRS HIK Parahyangan Ciamis lebih tinggi dari nilai rata-ratanya, skor keseluruhan 3,18 dapat digunakan untuk menarik kesimpulan bahwa perusahaan saat ini dalam posisi yang kuat. Berdasarkan temuan sebelumnya, faktor internal BPRS HIK Parahyangan Ciamis memanfaatkan berbagai kekuatan yang dimiliki dengan kekuatan relatif. Faktor kekuatan dominan masing-masing bisnis memiliki skor 0,53. Fakta bahwa tidak ada biaya administrasi yang dipotong merupakan kekuatan.

Ketidakkemampuan m-banking untuk melakukan transfer dana antar bank dan ketidakmampuan BPRS HIK Parahyangan Ciamis untuk melakukan transaksi 24 jam menjadi kelemahan utama BPRS HIK Parahyangan Ciamis yang masing-masing mendapatkan skor 0,21. Kelemahan ini muncul karena BPRS HIK Parahyangan Ciamis tidak dapat mengembangkan layanan m-banking dalam rangka transfer dana antar bank lain karena peraturan OJK. Kemudian, BPRS HIK Parahyangan Ciamis tidak dapat melakukan transaksi 24 jam karena keamanan yang kurang memadai. Selain itu, ada kekurangan tambahan yang mendapat skor lebih rendah dari 0,16. Kekurangan tersebut antara lain ATM hanya dapat diakses di kantor cabang dan jumlah *collector funding* yang masih relatif rendah mengingat luasnya Ciamis.

#### **b. Matriks Eksternal Strategy Factor Analysis Summary (EFAS)**

Untuk menentukan posisi perusahaan secara akurat, seperti matriks IFAS, harus terlebih dahulu menghitung jumlah perkalian bobot dan peringkat ( $axb$ ) pada setiap faktor O-T dan bobot ( $a$ ) dan peringkat ( $b$ ) poin faktor. Memberi rating kekuatan dan peluang untuk mendapatkan rating 3 (kuat) atau 4 (sangat kuat) adalah cara pemberian nilai. Mereka diberi peringkat 1 (sangat lemah) atau 2 (lemah) untuk ancaman dan kelemahan. Berikan setiap faktor nilai antara 0 (tidak penting) dan 1 (semua penting) untuk kepentingannya. Semua bobot harus menambahkan hingga 1,00. (Ahmad, 2020). Sehingga antara lain sebagai berikut:

**Tabel 5. Matriks EFAS**

<b>Faktor Strategi</b>	<b>Bobot (a)</b>	<b>Rating (b)</b>	<b>Skor (axb)</b>
<b>Peluang (O)</b>			
1. Mempunyai produk unggulan	0,16	4	0,63
2. Bekerja sama dengan Bank/Instansi/Sekolah	0,13	3	0,38
3. Hubungan baik dengan pihak nasabah	0,13	3	0,38
4. Penyebaran <i>mini bank</i> di setiap instansi yang bekerja sama dengan BPRS HIK Parahyangan Ciamis	0,06	4	0,25
5. Produk tabungan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan menabung	0,06	3	0,19
Total Peluang	0,53		1,81
<b>Ancaman (T)</b>			
1. Persaingan antar bank	0,13	3	0,38
2. Masyarakat yang belum tahu banyak tentang BPRS HIK Parahyangan Ciamis	0,13	3	0,38
3. Pemahaman nasabah yang kurang mengenai konsep syariah	0,06	2	0,13
4. Semakin banyak <i>competitor</i> baru	0,16	2	0,31
Total Ancaman	0,47		1,19
Total Skor	1,00		3,00

Sumber: Data Diolah (2023)

Menurut Rangkuti (2016), tabel 5, skor antara 1,00 dan 1,99 menunjukkan posisi eksternal yang lemah. Kisaran dari 2,00 hingga 2,99 adalah rata-rata. Posisi eksternal yang kuat ditunjukkan dengan skor antara 3 dan 4. Total skor terbobot 3,00 menunjukkan bahwa BPRS HIK Parahyangan Ciamis berhasil mengelola peluang. Kendati demikian, BPRS HIK Parahyangan Ciamis tetap harus mengantisipasi berbagai ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan. Pemanfaatan produk unggulan yang ditawarkan oleh BPRS HIK Parahyangan Ciamis merupakan peluang utama yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dengan skor di atas 0,63.

Dengan skor 0,38, ancaman terbesar yang harus diantisipasi oleh BPRS HIK Parahyangan Ciamis adalah persaingan antara bank dengan individu yang belum banyak mengetahui tentang organisasi tersebut. Alhasil, BPRS HIK Parahyangan Ciamis harus lebih gencar memajukan organisasi. Selanjutnya sumbu (X,Y) akan diidentifikasi berdasarkan hasil analisis matriks IFAS dan EFAS. Sumbu (X,Y) dapat diketahui dengan mengurangi total faktor S dan W dari nilai Y, kemudian mengurangi total faktor O dan T dari nilai X. (Ahmad, 2020).

Dari nilai kekuatan 2,45 dan nilai kelemahan 0,74, total nilai faktor internal BPRS HIK Parahyangan Ciamis adalah 3,18. Sedangkan total nilai eksternal pada BPRS HIK Parahyangan Ciamis adalah sebesar 3,00 yang diturunkan dari nilai ancaman sebesar 1,19 dan nilai peluang sebesar 1,81. Hasil faktor internal dan eksternal diketahui setelah perhitungan. Hasil dari faktor internal dan eksternal mengungkapkan tahapan penentuan titik koordinat yang diperlukan untuk menentukan posisi strategi BPRS HIK Parahyangan Ciamis.

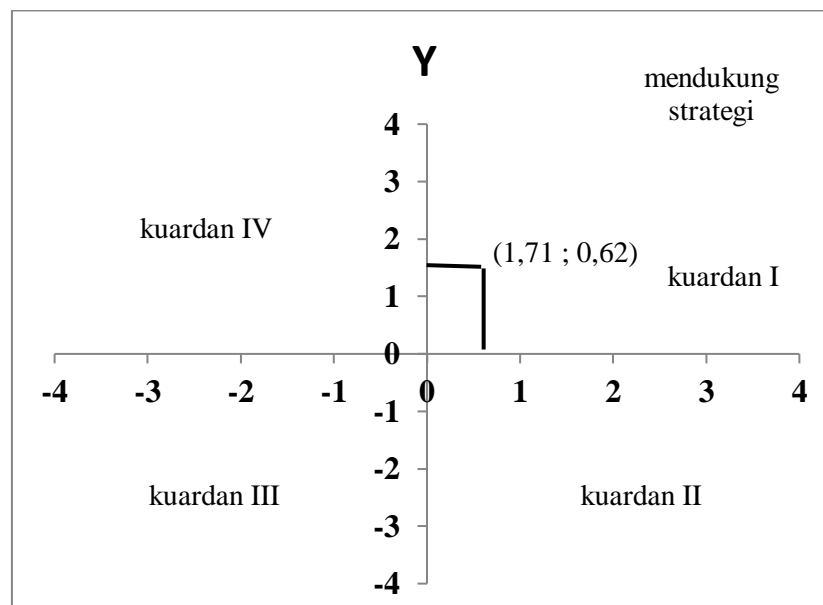
- 1) Sumbu horizontal (X) sebagai faktor (internal kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil koordinat  $X = 2,45 - 0,74 = 1,71$
- 2) Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor (internal peluang dan ancaman) didapatkan hasil koordinat  $Y = 1,81 - 1,19 = 0,62$

Kuadran akan dibuat untuk menentukan posisi kuadran perusahaan mengikuti hasil sumbu (X,Y). Menurut Ahmad (2020), terdapat empat sel kuadran SWOT yang dapat diringkas sebagai berikut:

- a) Kuadran I (positif,positif). Posisi ini menunjukkan perusahaan yang makmur dan menjanjikan. Strategi yang disarankan adalah agresif, artinya perusahaan harus dalam kondisi yang baik agar dapat terus tumbuh, tumbuh lebih cepat, dan mencapai kemajuan yang maksimal.
- b) Kuadran II (positif,negatif). Posisi ini menunjukkan organisasi yang kuat menghadapi hambatan yang signifikan. Organisasi dalam keadaan stabil, namun menghadapi sejumlah kendala yang sulit, sehingga diperkirakan hanya mengandalkan strategi sebelumnya akan membuat roda organisasi sulit untuk terus berputar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi yang diverifikasi. Akibatnya, perusahaan harus segera memperluas jangkauan strategi taktisnya.
- c) Kuadran III (negatif,positif). Posisi ini menunjukkan perusahaan yang lemah dengan banyak potensi. Organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya karena rekomendasi strategi adalah mengubah strategi. Hal ini karena dikhawatirkan strategi sebelumnya tidak dapat memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meningkatkan kinerja organisasi.
- d) Kuadran IV (negatif,negatif). Organisasi lemah yang menghadapi tantangan signifikan diwakili oleh posisi ini. Strategi bertahan hidup adalah salah satu yang disarankan. Artinya, kondisi internal organisasi harus dikendalikan sebagai bagian dari strategi

kelangsungan hidup untuk mencegah penurunan kinerja lebih lanjut. Taktik ini digunakan saat perusahaan terus berkembang.

Koordinat diagram SWOT menghasilkan hasil perhitungan positif untuk kedua sumbu, dengan sumbu X menerima nilai 1,71 dan sumbu Y menerima nilai 0,62. Fakta bahwa kedua hasil ini positif menunjukkan bahwa bisnis BPRS HIK Parahyangan Ciamis berada di kuadran I. Gambar di bawah ini menggambarkan diagram BPRS HIK Parahyangan Ciamis.



**Gambar 1. Diagram Analisis SWOT**  
Sumber: Data Diolah (2023)

Sumbu X dan Y dapat ditentukan dengan menggunakan hasil analisis SWOT. Titik-titik koordinat pada posisi kuadran I digambarkan sebagai garis lurus pada diagram di atas. Kuadran I adalah situasi yang menguntungkan dimana BPRS HIK Parahyangan Ciamis memiliki kekuatan dan peluang yang dapat digunakan untuk membangun perusahaan dengan menggunakan strategi SO yang merupakan singkatan dari *Strength Opportunity*, didukung oleh strategi pertumbuhan yang agresif atau disebut juga dengan Strategi Berorientasi Pertumbuhan.

## KESIMPULAN

Ada beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari temuan penelitian yang telah dilakukan. Ini adalah sebagai berikut: Berdasarkan implementasi strategi berbasis bauran pemasaran BPRS HIK Parahyangan Ciamis, maka dapat ditetapkan simpulan sebagai berikut: Karena pendirian BPRS HIK Parahyangan Ciamis dimaksudkan untuk menghasilkan dan mencoba memberikan pelayanan yang terbaik seperti dengan ketentuan pemerintah dan ajaran syariah, seluruh masyarakat menjadi target pasar perusahaan.

Hasil kondisi internal BPRS HIK Parahyangan Ciamis diturunkan dari hasil perhitungan IFAS. Dengan total skor IFAS 3,18, kondisi internal menunjukkan faktor kekuatan 2,45 dan faktor kelemahan 0,74, menunjukkan bahwa BPRS HIK Parahyangan Ciamis lebih memiliki kekuatan daripada kelemahan. Mengenai hasil perhitungan EFAS, BPRS HIK Parahyangan Ciamis Dengan skor tabel EFAS total 3,00, kondisi eksternal mencetak faktor peluang 1,81 dan faktor ancaman 1,19, menunjukkan bahwa BPRS HIK Parahyangan Ciamis memiliki lebih



banyak peluang daripada ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa BPRS HIK Parahyangan Ciamis berada pada posisi yang menguntungkan karena mempunyai peluang dan kekuatan yang bisa dimanfaatkan secara optimal. Strategi pertumbuhan yang agresif membutuhkan dukungan dari perusahaan. Oleh karena itu, strategi S-O, yang melibatkan penerapan strategi dan memanfaatkan kekuatan peluang yang ada, merupakan strategi yang tepat. Alhasil, BPRS HIK Parahyangan Ciamis berada pada posisi yang sangat bermanfaat karena peluang dan kekuatan yang dimilikinya. Akibatnya, bisnis wajib mendukung strategi pertumbuhan yang agresif.

Saran-saran yang diberikan peneliti dalam hasil penelitian ini khususnya bagi BPRS HIK Parahyangan Ciamis adalah sebagai berikut: Agar BPRS HIK Parahyangan Ciamis lebih dikenal masyarakat luas, BPRS HIK Parahyangan Ciamis perlu lebih gencar melakukan promosi. BPRS HIK Parahyangan Ciamis harus mempertimbangkan kelemahan dan ancaman serta kekuatan dan peluang dalam menentukan strategi pemasaran. Kelemahan dan ancaman yang dimaksud ialah sebagai berikut: Kelemahan: BPRS HIK Parahyangan Ciamis ditambah lagi mesin ATM disetiap tempat agar lebih memudahkan nasabah dalam bertransaksi. M-banking bisa dikembangkan lagi untuk kemudahan nasabah supaya bisa lebih mudah transfer ke bank lain. Untuk *collector funding* lebih ditingkatkan lagi mengingat wilayah Ciamis yang luas. Ancaman: Banyaknya kompetitor baru, BPRS HIK Parahyangan Ciamis diharapkan meningkatkan dan mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk bisa bersaing dengan bank lain. Dikarenakan masyarakat masih awam dengan BPRS HIK Parahyangan Ciamis. Alangkah baiknya BPRS HIK Parahyangan Ciamis lebih tingatkan lagi promosinya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad. 2020. Manajemen Strategis. Makasar: CV Nas Media Pustaka  
Assauri Sofjan. 2011. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press  
Basroni, Suwandi. 2008. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta  
Buchari Alma. 2011. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta  
David R Fred. 2016. Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba Empat  
Fatimah Fajar Nur'aini Dwi. 2020. Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif Dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia  
Fauzia Ika Yunia. 2013. Etika Bisnis Dalam Islam, Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group  
Fawzi Marissa Grace Haque dkk. 2021. Strategi Pemasaran Konsep, Teori, Dan Implementasi. Tangerang Selatan: Pascal Books  
Hamid Lutfi. 2003. Jejak-Jejak Ekonomi Syariah. Jakarta: Senayan Abadi Publishing  
Handayani Tati, Fathoni Muhammad Anwar. 2019. Buku Ajar Manajemen Pemasaran Isam. Yogyakarta: CV Budi Utama  
Hasan Ali. 2010. Marekting Bank Syariah. Jakarta: Ghalia Indonesia  
Hendrayani Eka dkk. 2021. Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep). Bandung: CV Media Sains Indonesia  
Hery. 2019. Manajemen Perbankan. Jakarta: PT Grasindo  
Hurriyati Ratih. 2005. Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta  
Jais Muhammad. 2014. Dasar-Dasar Periklanan. Yogyakarta: Graha Ilmu  
Kasmir. 2014. Dasar-Dasar Perbankan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada  
Kotler, Situmorang. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Salemba Empat  
Latumaerissa Julius R. 2017. Bank Dan Lembaga Keuangan. Jakarta: Mitra Wacana Media  
Lupiyoadi Rambat, A.Hamdani. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat

- Lupiyoadi Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa (Teori & Praktek). Jakarta: Salemba Empat
- Mahfoedz Mahmud. 2010. Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Mardia dkk. 2021. Strategi Pemasaran. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Maroah Siti. 2019. Buku Ajar Marketing Syariah. Pasuruan: Qiara Medika
- Martono Nanang. 2015. Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci. Depok: PT Rajagrafindo
- Moleong Lexy J. 2021. Metode Penenlitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan MA. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Muhammad. 2005. Manajemen Bank Syariah. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Musfar Tengku Fitri. 2020. Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran. Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Pahlephi Rully Desthian. 2022. Kompetitor Adalah: Pengertian, Cara Menganalisis Dan Menghadapinya
- Pandji Anoraga. 2011. Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi. Jakarta: Rineka
- POJK. 2016. Tentang BPRS.
- Purwanto. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi Dan Pendidikan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rahman Arif. 2010. Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Busniess: Cara Jitu Merontokan Pesaing. Jakarta: TransMedia Pustaka
- Rangkuti Freddy. 2010. Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Intergrited Markeitng Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti Freddy. 2016. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Saladin Djaslim. 2010. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan. Dan Pengendalian. Bandung: Linda Karya
- Siagian P Sondang. 2012. Manajemen Strategik. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiono. 2019. Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Sule Ernie Tisnawati, Saefullah Kurniawan. 2010. Pengantar Manajemen. Jakarta: Kencana
- Sumarwan Ujang, Tjiptono Fandy. 2018. Strategi pemasran dalam perspektif perilaku konsumen. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Supriyono RA. 1999. Manajemen Strategi Dan Kebijaksanaan Bisnis. Yogyakarta: BPFEUGM
- Suryani Tatik. 2017. Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah. Jakarta: PrenadaMedia Group
- Suyanto Bagong, Sutinah. 2022. Metode Penelitian Sosial Edisi Tiga. Jakarta: Kencana Persada
- Tjiptono Fandi. 2018. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedi Fublishing
- Tjiptono Fandy. 2011. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Umar Husein. 2010. Desain Penelitian Strategik (Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Stratgeik Untuk Skripsi, Tesis, Dan Praktek Binsis). Jakarta: Rajawali Press
- Usman Rachmadi. 2012. Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika
- Wardhana Aditya. 2021. Manajemen Pemasaran Dasar Dan Konsep. Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Yusuf Hamali Arif. 2016. Pemahaman Sumber Daya Manusia. Jakarta: CAPS
- Zakiyudin Ais. 2013. Teori Praktik Manajemen Sebuah Konsep Yang Aplikatif Disertai Profil Wirausaha Sukses. Jakarta: Mitra Wacana Media