

**ANALISIS SWOT PADA PRODUK TABUNGAN BTN PRIMA DAN
TABUNGAN BTN BATARA DI BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH
KCP PAREPARE
(Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)**



2019

**ANALISIS SWOT PADA PRODUK TABUNGAN BTN PRIMA DAN
TABUNGAN BTN BATARA DI BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH
KCP PAREPARE
(Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)**



Oleh

DESI RATNASARI

NIM 15.2300.154

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

PAREPARE

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

**ANALISIS SWOT PADA PRODUK TABUNGAN BTN PRIMA DAN
TABUNGAN BTN BATARA DI BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH
KCP PAREPARE
(Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)**



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Ratnasari
Judul Skripsi : Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare (Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)
NIM : 15.2300.154
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Rektor IAIN Parepare No. B.3389/In.39/PP.00.09/12/2018
Disetujui Oleh :
Pembimbing Utama : Dr. Sitti Jamilah Amin, M.Ag. (.....)
NIP : 19760501 200003 2 002
Pembimbing Pendamping : Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. (.....)
NIP : 19781101 200912 1 003

Mengetahui :

.....
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Parepare
.....
Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP 19730129 200501 1 001

SKRIPSI

**ANALISIS SWOT PADA PRODUK TABUNGAN BTN PRIMA DAN
TABUNGAN BTN BATARA DI BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH
KCP PAREPARE
(Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)**

disusun dan diajukan oleh

DESI RATNASARI
NIM. 15.2300.154

telah dipertahankan di depan sidang ujian munaqasyah
pada tanggal 02 Juli 2019 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat


Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Sitti Jamilah Amin, M.Ag.
NIP : 19760501 200003 2 002
Pembimbing Pendamping : Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I.
NIP : 19781101 200912 1 003


(.....)

(.....)

Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

Kementerian Agama
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19750129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis SWOT pada Produk Tabungan
BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di
Bank Tabungan Negara Syariah KCP
Parepare (Studi Pengembangan Produk di
BTN Syariah KCP Parepare)

Nama Mahasiswa : Desi Ratnasari
Nomor Induk Mahasiswa : 15.2300.154
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Rektor IAIN Parepare
No. B.3389/In.39/PP.00.09/12/2018

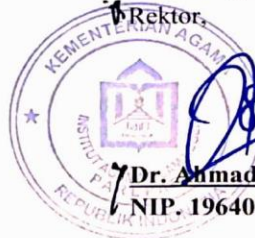
Tanggal Kelulusan :

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Sitti Jamilah Amin, M.Ag.	(Ketua)	(.....)
Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.	(Anggota)	(.....)
Dr. Zainal Said, M.H.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Rektor,

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

ABSTRAK

DESI RATNASARI. Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare (Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare), dibimbing oleh Ibu Sitti Jamilah Amin dan Bapak Andi Bahri S.

Analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor dari produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara untuk melakukan pengembangan produk tersebut, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Penelitian ini akan mencoba merumuskan bagaimana hasil dari analisis SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara dan bagaimana strategi pengembangan produk yang digunakan pada Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara. Penelitian ini dilakukan di BTN Syariah KCP Parepare. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan lapangan (*field research*) untuk menggali dan menganalisis data serta mendeskripsikan bentuk dari analisis SWOT dan strategi yang digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT pada kedua produk tabungan masing-masing memiliki faktor eksternal dan internal yang berbeda-beda. Namun, terdapat faktor yang sama dari kedua produk yaitu dari segi kekuatan: dana dikelola berdasarkan prinsip syariah, setoran ringan dan pelayanan *fountliner* yang baik dan cepat. Kelemahannya yaitu kurangnya kualitas SDM pada bagian pemasaran dan transaksi penarikan melalui ATM lain dikenai biaya. Sedangkan faktor eksternal dari segi peluang yaitu memiliki potensi pasar yang baik, pertumbuhan nasabah yang cukup tinggi dan penempatan lokasi kantor yang strategis dalam mengembangkan produknya. Dan ancaman yang dihadapi yaitu adanya produk dari lembaga keuangan lain yang sejenis dengan kedua produk tersebut yang mengakibatkan adanya persaingan secara ketat. Strategi pengembangan produk yang digunakan oleh BTN Syariah KCP Parepare adalah strategi SO (memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang yang ada) dan strategi WO (memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki).

Kata kunci: *BTN Syariah, Produk Tabungan BTN Prima, Tabungan BTN Batara, Analisis SWOT*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan Teoritis	15
2.2.1 Analisis SWOT	15
2.2.2 Tujuan Penerapan SWOT	19

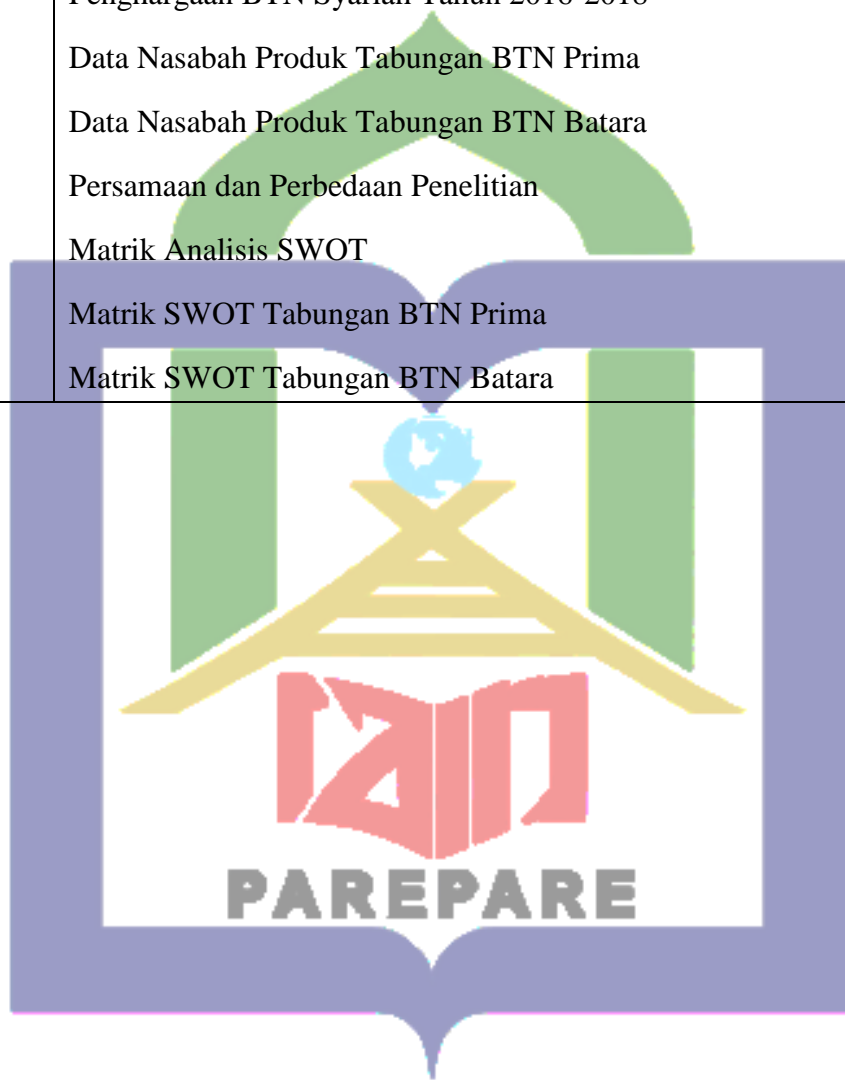
2.2.3 Manfaat Analisis SWOT	20
2.2.4 Fungsi Analisis SWOT	21
2.2.5 Faktor-Faktor Analisis SWOT	22
2.2.6 Penyusunan Analisis SWOT	26
2.2.7 Pengembangan Produk	32
2.2.8 Tabungan	37
2.2.9 Landasan Hukum Tabungan	38
2.3 Tinjauan Konseptual	44
2.4 Bagan Kerangka Pikir	46
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	49
3.3 Fokus Penelitian	50
3.4 Sumber Data	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Teknik Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian dan Pembahasan	56
4.1.1.1 Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah KCP Parepare	56
4.1.1.2 Profil Produk Tabungan BTN Prima	56
4.1.1.3 Profil Produk Tabungan BTN Batara	59
4.1.1.4 Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Prima	61
4.1.1.5 Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Batara	68
4.1.1.6 Strategi Pengembangan Produk Tabungan BTN Prima dan	

Tabungan BTN Batara	71
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Penghargaan BTN Syariah Tahun 2016-2018	4
1.2	Data Nasabah Produk Tabungan BTN Prima	5
1.3	Data Nasabah Produk Tabungan BTN Batara	5
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	13
2.2	Matrik Analisis SWOT	30
4.1	Matrik SWOT Tabungan BTN Prima	72
4.2	Matrik SWOT Tabungan BTN Batara	75



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Analisis SWOT	25
2.2	Bagan Kerangka Pikir	47



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Data Observasi	89
2	Daftar Wawancara	90
3	Transkrip Wawancara	91
4	Surat Keterangan Wawancara	98
5	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare	100
6	Surat Izin Penelitian dari DPM-PTSP	101
7	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	102
8	Dokumentasi	103
9	Riwayat Hidup	104



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan bank adalah badan usaha yang dalam kegiatannya menghimpun dana (uang) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dalam hal ini bank sebagai tempat menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat, kemudian menyalurkan dana ke masyarakat, dengan memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat yang membutuhkan, dan bank juga bertindak untuk memberikan jasa-jasa bank lainnya, seperti transfer, penagihan surat-surat berharga dalam kota (*clearing*), penagihan surat-surat berharga berasal dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*) dan jasa lainnya.¹

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk jasa lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.² Jasa-jasa lainnya ini merupakan pendukung dari kegiatan pokok bank, yaitu menghimpun dana dalam artian menyimpan uang atau berinvestasi dan menyalurkannya dengan tujuan terciptanya masyarakat yang adil, makmur dan sejahtera. Perbankan memiliki peranan yang sangat penting untuk mengatur jalannya suatu perekonomian/keuangan negara, agar menghasilkan potensi ekonomi yang efektif dan optimal.

¹Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 4.

²Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan* (Ciawi Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h. 5.

Saat ini banyak lembaga keuangan syariah yang menjadi kompetitor atau pesaing bagi lembaga keuangan konvensional. Salah satu lembaga keuangan yang besar potensinya untuk menjadi kompetitor lembaga keuangan konvensional adalah bank syariah. Hal ini ditandai dengan adanya data statistik perbankan syariah dimana total aset BUS (Badan Usaha Syariah) dan UUS (Unit Usaha Syariah) tahun 2015 sebesar 296.262 dan mengalami kenaikan tahun 2016 sebesar 356.504. Sedangkan pada tahun 2017 mengalami kenaikan total aset BUS dan UUS sebesar 424.181 dan tahun 2018 jumlah aset BUS dan UUS mencapai 572.318 dari tahun sebelumnya.³ Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada sistem suku bunga. Bank syariah juga dikenal dengan bank tanpa bunga atau lembaga perbankan yang sistem operasional dan produknya berlandaskan pada al-Qur'an dan hadits nabi Muhammad SAW, di mana bank syariah berdasarkan pada prinsip *profit* (bagi untung) dan *loss sharing* (bagi rugi) atau menggunakan sistem bagi hasil. Dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pinjaman dan jasa lainnya yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam.⁴

Perkembangan lembaga keuangan bank syariah yang semakin marak dan berkembang amat pesat, yang disebabkan adanya keistimewaan tersendiri dari lembaga ini. Salah satu yang utama adalah berorientasi pada kebersamaan. Orientasi kebersamaan inilah yang menjadikan lembaga keuangan syariah yaitu bank syariah menjadi bank yang mampu untuk tampil sebagai alternatif pengganti sistem bunga

³Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah (Sharia Bankig Statistic) 2018 Januari* (Jakarta: Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan, 2018), h. 4.

⁴Setia Budi Wilardjo, "Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia", (Studi Islam 2, no. 1, Maret 2005), h. 2.

yang selama ini hukumnya adalah haram. Faktor lain yang mendorong bank syariah sangat berkembang adalah dukungan dari pemerintah dalam hal ini ditandai adanya UU No. 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, adanya Gubernur Deputy Bank Indonesia bidang Perbankan Syariah telah mendorong peran perbankan dalam menggerakkan sektor riil dan membatasi spekulasi, memenuhi kebutuhan jasa perbankan dengan produk yang ditawarkan bagi masyarakat yang tidak dapat menerima konsep bunga dan terciptanya *Dual Banking System* secara sehat di atas nilai-nilai moral Islam.⁵

Salah satu bank syariah yang memberikan pelayanan yang baik, memenuhi kebutuhan jasa, memberikan produk yang unggul dan terkemuka adalah BTN Syariah. Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah merupakan *Strategic Business Unit* (SBU) dari bank BTN yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah, pembukaan SBU ini guna melayani tingginya minat nasabah dalam memanfaatkan jasa keuangan syariah dan memperhatikan keunggulan prinsip perbankan syariah, BTN Syariah mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta. Visi dari BTN Syariah adalah menjadi bank yang terkemuka dalam pembiayaan perumahan.⁶ Terbukti dengan adanya penghargaan yang telah diterima oleh BTN Syariah.

⁵Amir Machmud Rukmana, *Bank Syariah (Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia)* (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 21.

⁶<https://www.btn.co.id>, Diakses pada tanggal 07 Desember 2018.

Tabel 1.1 Penghargaan BTN Syariah Tahun 2016-2018⁷

No	Tahun	Jenis Penghargaan	Kategori
1	2016	<i>2nd Rank Indonesia Service To Care Award</i>	<i>The Most Convenient Office dari karim Business Consulting</i>
2	2017	<i>Indonesia Banking Award</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The Most Efficient Bank</i> 2. <i>The Best Bank in Digital Services</i> 3. <i>The Best Bank in Retail Banking Services</i> 4. <i>The Best Sharia Business Unit</i> 5. <i>Best Bank in Productivity</i>
3	2018	<i>Islamic Finance Award</i>	<i>The Best Sharia Bank in Housing Financing</i>

Saat ini BTN Syariah merupakan bank yang terkemuka dalam memberikan pelayanan yang unggul dalam produk pembiayaan, yaitu produk tabungan yang menjadi tempat penyimpanan dana calon nasabah untuk keperluan transaksi dan pembayaran rutin serta keperluan lainnya.

Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare merupakan salah satu bank syariah yang ada di Indonesia yang memberikan pelayanan prima dan menawarkan berbagai produk yang sesuai dengan harapan nasabah dengan berdasarkan prinsip

⁷<http://www.btn.co.id>, Diakses pada Tanggal 07 Desember 2018.

syariah baik dalam bentuk simpanan tabungan harian dan juga pada kegiatan pemberian modal atau pun pembiayaan.

Produk simpanan (*funding*) di BTN Syariah KCP Parepare yang dikenal oleh nasabah adalah produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara. Tabungan BTN Prima adalah produk simpanan sekaligus investasi dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*, yang memberikan nisbah bagi hasil yang bersifat kompetitif dibagi rata sesuai kesepakatan pada awal akad. Tabungan BTN Batara adalah produk tabungan dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* (titipan), yang memiliki berbagai macam fitur dan manfaat dan dapat digunakan sebagai media penyimpanan dana untuk keperluan transaksi, serta pembayaran rutin atau keperluan lainnya.⁸ Berikut data perkembangan nasabah tiga tahun terakhir yang mengalami peningkatan:

Tabel 1.2 Data Nasabah Produk Tabungan BTN Prima

No	Tahun	Jumlah Nasabah (Dalam ribuan)	Saldo
1	2017	1000	Rp 2.000.000.000,-
2	2018	3000	Rp 4.000.000.000,-
3	2019	4000	Rp 5.000.000.000,-

Tabel 1.3 Data Nasabah Produk Tabungan BTN Batara

No	Tahun	Jumlah Nasabah (Dalam ribuan)	Saldo
1	2017	1000	Rp 500.000.000,-
2	2018	4000	Rp 2.000.000.000,-
3	2019	4500	Rp 2.250.000.000,-

Kedua produk tersebut di BTN Syariah KCP Parepare merupakan produk tabungan yang memiliki jumlah nasabah dengan menduduki porsi yang tertinggi dan memiliki strategi pengembangan produk yang berbeda-beda. Dari produk Tabungan

⁸Ainul Muhaidir, *Customer Service*, Kota Parepare Kec. Soreang, Sulsel, wawancara oleh penulis di Parepare, 24 Desember 2018.

BTN Prima sendiri dan Tabungan BTN Batara tentunya memiliki karakteristik dalam menarik calon nasabah. Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari kedua produk tersebut masing-masing bervariasi, sehingga menduduki porsi yang tertinggi.⁹

Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara merupakan produk tabungan yang banyak diminati oleh nasabah berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Penggunaan dari teknik analisis SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara akan dapat diketahui kekuatan dan peluang dalam bersaing dengan kompetitor yang dihadapi, sehingga produk tersebut unggul. Dari teknik analisis SWOT yang dilakukan dengan beberapa tahap dapat memberikan gambaran kunci kemajuan dari produk. Meskipun dari Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara memiliki karakteristik yang berbeda-beda, tetapi produk tersebut sama-sama mengalami perkembangan yang baik.

Analisis SWOT digunakan dengan membandingkan antara produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara dari segi faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Dapat disimpulkan bahwa dari penggunaan analisis SWOT pada produk tersebut untuk mengatasi kelemahan dari masing-masing produk yaitu dengan cara menonjolkan kekuatan produk. Sedangkan untuk mengatasi ancaman adalah dengan cara menggunakan peluang, dengan cara ini akan meminimalkan ancaman, dan bahkan bisa menjadikan ancaman itu sebagai sebuah peluang. Berdasarkan hasil wawancara oleh peneliti melalui *customer service* mengenai produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara yang mengalami peningkatan secara signifikan, hal tersebut juga berkaitan dengan pengembangan

⁹Muhammad Reza, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, Sulsel, wawancara oleh penulis di Parepare, 24 Desember 2018.

produk yang diterapkan di BTN Syariah KCP Parepare, yang sebelumnya dianalisis dengan teknik analisis SWOT.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang muncul dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana analisis SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare?
- 1.2.2 Bagaimana strategi pengembangan produk yang digunakan pada Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui analisis SWOT dari produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare.
- 1.3.2 Untuk mengetahui strategi pengembangan produk yang digunakan pada Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian mengenai analisis SWOT dalam produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare ini, akan dapat membawa beberapa manfaat. Adapun manfaat atau kegunaan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Kegunaan teoretis dalam penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan dan memperluas pengetahuan berupa wacana tentang analisis SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara yang ada di BTN Syariah KCP Parepare, serta wacana tentang pengembangan strategi yang digunakan dari kedua produk tersebut.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Kegunaan praktis dari hasil penelitian ini juga dapat diperoleh bagi peneliti sendiri yaitu dapat mengetahui dan memperluas pengetahuan peneliti, khususnya berkaitan dengan analisis SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare, serta menumbuhkan sikap profesionalisme kerja melalui pola berfikir dan meningkatkan daya penalaran dalam melakukan penelitian, perumusan masalah, dan pemecahan masalah ilmiah.

1.4.2.2 Bagi Kampus IAIN Parepare

Kegunaan praktis yang dapat diambil dari penelitian ini salah satunya adalah manfaat bagi almamater/lingkungan kampus IAIN Parepare di bidang perbankan syariah dan ekonomi islam dapat dijadikan sebagai referensi maupun tambahan informasi bagi *civitas* akademik IAIN Parepare.

1.4.2.3 Bagi BTN Syariah KCP Parepare

Kegunaan praktis yang dapat diperoleh bagi BTN Syariah KCP Parepare yaitu diharapkan dari penelitian ini dapat menghasilkan suatu masukan pemikiran dan input yang bermanfaat sehingga dapat menerapkan strategi yang lebih baik.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Skripsi oleh Umi Masruroh pada tahun 2015, dengan judul “*Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara IB (Studi Kasus pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)*”.¹⁰ Penelitian ini memfokuskan kepada strategi pemasaran pada produk tabungan batara ib, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis tidak hanya menekankan pada analisis SWOT pada produk Tabungan Batara tetapi juga menekankan pada produk Tabungan Prima. Penelitian di BTN Syariah Cabang Semarang menghasilkan kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang menggunakan *segmentasi positioning, targeting* untuk menganalisis strategi pemasaran, dan hasil analisis SWOT dari penelitian ini adalah memperoleh formulasi alternatif strategi dalam pemasaran produk tabungan batara ib yaitu dengan strategi SO: Mempertahankan kualitas produk, mengembangkan produk sesuai dengan permintaan pasar, meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah, menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan instansi/pemerintah. Strategi ST: Menerapkan pemasaran jemput bola, mempertahankan ciri khas produk dan menambah program-program berhadiah, mengembangkan variasi produk agar menarik. Strategi WO: Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang berbasis teknologi sehingga dapat memudahkan akses bagi nasabah,

¹⁰Umi Masruroh, “*Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara iB (Studi Kasus pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)*”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo: Semarang, 2015).

meningkatkan SDM pemasaran khususnya dalam produk pendanaan, meningkatkan promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar. Strategi WT: Menetapkan strategi bisnis yang baru yang lebih efektif dan efisien, memaksimalkan ragam pilihan produk dengan meningkatkan promosi melalui berbagai media.

Skripsi oleh Fauziah Febriani pada tahun 2018 dengan judul “*Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banyumas Ajibarang (Studi Kasus pada Produk Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan iB BRI Syariah)*”.¹¹ Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa analisis SWOT yang dilakukan terhadap produk Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan BRI Syariah iB itu masing-masing memiliki faktor internal dan eksternal yang berbeda-beda. Namun, pada ketiganya terdapat faktor yang selalu muncul. Dari sisi kekuatan ketiga produk tersebut memiliki bobot yang tinggi pada point pengelolaan dana berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan pada faktor Kelamahan ketiga produk memiliki kualitas rendah pada sumber daya manusia di bidang pemasaran serta jaringan ATM yang masih jarang dijumpai dan kurangnya aktivitas promosi yang dilakukan oleh tim marketing. Dari analisis faktor eksternal yaitu dari sisi peluang, ketiga produk tersebut memiliki jumlah peminat yang cukup tinggi dan memiliki potensi pasar yang baik sehingga berpeluang besar dalam upaya pengembangan produk yang baik. Sedangkan ancaman yang dihadapi yaitu pada produk sejenis yang banyak dijumpai dipasaran serta

¹¹Fauziah Febriani, “*Analisis SWOT pada Produk Tabungan di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banyumas Ajibarang (Studi Kasus pada Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan iB BRI Syariah)*”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN: Purwokerto, 2018).

kurangnya kepercayaan masyarakat terkait sistem yang dilakukan dalam perbankan syariah. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dimana dari kedua produk Tabungan yaitu Prima dan Batara yang memiliki peminat paling tinggi adalah Tabungan Prima, berbeda dengan penelitian di BRI Syariah Banyumas Ajiwarang yang dari ketiga produknya sama-sama memiliki jumlah peminat (nasabah) yang tinggi.

Skripsi oleh Metty Novianti pada tahun 2016 dengan judul “*Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Syariah Ditinjau dari Analisis SWOT (Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)*”.¹² Dari penelitian Metty Novianti menghasilkan kesimpulan bahwa berdasarkan data realisasi pembiayaan KPR Sejahtera di BTN Syariah Kantor Cabang Semarang telah berhasil melakukan penyaluran produk KPR BTN Sejahtera meskipun juga mengalami penurunan, namun tidak begitu banyak penurunannya. Penurunan penyaluran KPR Sejahtera di BTN Syariah Semarang juga disebabkan oleh kebijakan dari pemerintah melalui program FLPP. Hal ini ditinjau dari hasil analisis SWOT bahwa BTN Syariah Kantor Cabang Semarang bahwa kelemahan dan ancaman yang dimiliki tidak bisa mengimbangi kekuatan dan peluangnya seperti lebih banyak memiliki kelemahan daripada kekuatan yang dimiliki yaitu dalam memasarkan produknya karena tidak ada pihak marketing yang memasarkan, promosi produk BTN Syariah yang disampaikan kepada masyarakat kadang kurang dipahami sehingga masyarakat menjadi ragu untuk mengambil pembiayaan KPR Sejahtera dan kurang adanya komunikasi yang tepat mengenai kelebihan dari produk KPR Sejahtera.

¹²Metty Novianti, “*Strategi Pemasaran pada Produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Syariah Ditinjau dari Analisis SWOT (Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)*”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo: Semarang, 2016).

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Skripsi	Objek Formal	Objek Material
1	Umi Masruroh/2015	Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara iB (Studi Kasus pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)	Analisis SWOT	Meneliti strategi pemasaran terhadap produk Tabungan Batara iB dengan menggunakan analisis SWOT berdasarkan Internal-Eksternal matrik (IE Matrik) yang menggunakan strategi pemasaran <i>segmentasi, positioning, dan targeting</i> . Untuk pengembangan strategi pada BTN Syariah Cabang Semarang menggunakan konsep bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) dan melakukan proses penjualan dengan <i>Up selling</i> .
2	Fauziah Febriani/2018	Analisis SWOT pada Produk Tabungan Di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu	Analisis SWOT	Menganalisis produk Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan iB

		Banyumas Ajibarang (Studi Kasus pada Produk Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan iB BRI Syariah)		menggunakan analisis SWOT, dengan hasil bahwa strategi yang digunakan oleh BRI Syariah KCP Banyumas Ajibarang adalah strategi SO (<i>Strengths Opportunities Strategies</i>) yang menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang dengan melakukan upaya peningkatan terhadap SDM pemasaran, menyusun strategi promosi, inovasi pengembangan produk, memperluas kerjasama, melakukan <i>social education</i> , serta melakukan upaya peningkatan di bidang teknologi.
3	Metty Novianti/2016	Strategi Pemasaran pada Produk KPR BTN Sejahtera iB Di BTN Syariah Ditinjau Dari Analisis SWOT (Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)	Analisis SWOT	Salah satu pembeda antara penelitian yang dilakukan oleh Metty Novianti dengan peneliti ialah bahwa dalam penelitian Metty Novianti dari hasil penelitiannya memperoleh data

				realisasi distribusi pembiayaan KPR Sejahtera mengalami penurunan penyaluran karena
4	Desi Ratnasari/2019	Analisis SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare (Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)	Analisis SWOT	Meneliti analisis SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara dalam mengembangkan produknya

Persamaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang adalah terletak pada permasalahan teknik penggunaan analisis SWOT dengan mengidentifikasi dari faktor internal yaitu *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan) dan faktor eksternal yaitu *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman). Sedangkan perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang adalah terletak pada objek dan subjek penelitian, yaitu produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare.

2.2 Tinjauan Teoretis

2.2.1 Analisis SWOT

Perubahan lingkungan di sekitar merupakan suatu keadaan yang sulit untuk diramalkan di masa mendatang. Perusahaan tidak terlepas dari perubahan, baik yang bersumber dari lingkungan eksternal maupun lingkungan internal perusahaan.

Perubahan dapat berpengaruh positif maupun negatif.¹³ Untuk itu suatu perusahaan harus memperhatikan faktor yang dapat berpengaruh terhadap lingkungan perusahaan baik itu dari faktor lingkungan eksternal maupun faktor lingkungan internal, yaitu dengan melakukan analisis terhadap kedua faktor tersebut yang memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi faktor yang menjadi penghambat bagi perusahaan di masa yang akan datang. Dengan analisis tersebut perusahaan akan mampu untuk mengatasi masalah yang akan dihadapi dan memutuskan strategi atau tindakan yang harus dilakukan terhadap masalah yang ada.

SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan *nonprofit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.¹⁴

Freddy Rangkuti mengungkapkan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.¹⁵

¹³Angelica Tamara, "Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis," (Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen 4, no. 3, 2016), h. 397.

¹⁴Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 302.

¹⁵Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 19.

Analisis SWOT memberikan sebuah bentuk analisa situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif, dimana analisa ini menempatkan situasi dan juga kondisi sebagai faktor masukan, lalu dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Secara umum, analisis SWOT dipakai untuk menganalisis kondisi diri dan lingkungan pribadi, menganalisis kondisi internal perusahaan dan lingkungan eksternal perusahaan, mengetahui sejauh mana diri kita di dalam lingkungan kita, mengetahui posisi sebuah lembaga diantara lembaga-lembaga lain, dan mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya yang ketika dihadapkan dengan para kompetitor atau pesaingnya.

Analisis SWOT adalah sebuah analisa yang dicetuskan oleh Albert Humphrey, pada dasawarsa 1960-1970an, SWOT merupakan akronim untuk kata *stregngths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategik, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang timbul.¹⁶

Melakukan analisis SWOT artinya perusahaan atau organisasi atau lembaga diajarkan untuk masuk dalam analisis diri secara komprehensif, dengan begitu perusahaan akan menjadi lebih mengenal faktor lingkungan di sekitarnya baik itu

¹⁶Fauziah Febriani, “Ananlisis SWOT Terhadap Produk Tabungan di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banyumas Ajibarang (Studi Kasus pada Produk Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan iB BRI Syariah)”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Purwokerto, 2018), h. 14.

faktor eksternal maupun internal, yang bertujuan untuk menetapkan strategi yang akan dilakukan.

Ada hal yang harus diingat bahwa analisis SWOT tidak hanya menarik untuk dikaji oleh para manajer atau para *top management* perusahaan, namun untuk menjadi menarik juga dikaji secara pribadi. Terutama untuk melihat potensi diri seseorang serta prospek yang akan diraih dalam pekerjaannya di masa depan. Ini sebagaimana dikatakan oleh Stephen P. Robbins dan Mary Coulter bahwa, “Sebuah analisis SWOT dapat merupakan alat yang bermanfaat untuk memeriksa keterampilan kemampuan, pilihan karier, dan peluang-peluang karier anda sendiri.”¹⁷

Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan sehingga dari analisis tersebut dapat diambil suatu keputusan yang tepat bagi perusahaan.¹⁸

Melakukan analisis dengan pendekatan SWOT memang memiliki kelebihan dan kelemahannya. Namun, setidaknya telah diperoleh gambaran yang membuat perusahaan atau organisasi bisa menilai serta memutuskan langkah-langkah apa yang bisa dikerjakan di kemudian hari. Dengan kata lain, suatu bentuk analisis yang digunakan oleh manajemen perusahaan atau organisasi yang sistematis dan dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan perusahaan, baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang dan

¹⁷Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 302.

¹⁸Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk* (Bogor: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), h. 58.

perusahaan juga telah memiliki kerangka (*framework*) antisipasi jika suatu saat mengalami masalah atau kendala.

Satu hal yang harus diperhatikan dalam menggunakan analisa ini, bahwa analisa SWOT semata-mata hanya digunakan sebagai salah satu analisa saja, yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi sebuah perusahaan, agar informasi yang diperoleh dari analisa tersebut dapat memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau meminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

2.2.2 Tujuan Penerapan SWOT

Analisis SWOT mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan perusahaan. Maka perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui telaah terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi yang realistis dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan atau organisasi.

Sebuah analisis SWOT berfungsi sebagai *dashboard* pada produk atau jasa. Jika dilakukan dengan benar, maka dapat membantu untuk menavigasi dan menerapkan strategi yang tepat untuk bisnis terlepas dari ukuran perusahaan atau sektor.¹⁹ Maka tujuan dari penerapan SWOT pada suatu perusahaan yaitu untuk

¹⁹Fauziah Febriani, “Analisis SWOT pada Produk Tabungan di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banyumas Ajibarang (Studi Kasus pada Tabungan Faedah, Tabungan haji, dan Tabungan Karyawan iB BRI Syariah)”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Purwokerto, 2018), h. 19.

memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus terhadap masalah yang akan dihadapi dengan kompetitor yang ada. Analisis ini juga bertujuan untuk memanfaatkan keuntungan dari kekuatan yang dimiliki dan kesempatan yang ada, serta dapat meminimalisasi kelemahan dan mengeliminasi ancaman.

Tujuan dari penerepan analisis SWOT adalah untuk menggambarkan kauntitas dan kualitas berbagai sumber daya yang dimiliki dan memanfaatkan informasi perubahan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan atau organisasi di masa depan.

2.2.3 Manfaat Analisis SWOT

Adapun manfaat dari analisis SWOT adalah sebagai berikut:

- 2.2.3.1 Analisis SWOT dapat membantu melihat suatu persoalan dari keempat sisi tersebut sekaligus yang menjadi dasar sebuah analisis persoalan, yaitu kekuatan, kelemahan, kesempatan/peluang, dan ancaman.
- 2.2.3.2 Analisis SWOT mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan atau pun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman.
- 2.2.3.3 Analisis SWOT dapat menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai dengan situasi pada saat itu.

2.2.3.4 Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu organisasi meminimalisasi kelemahan yang ada serta menekan munculnya dampak ancaman yang mungkin akan timbul.²⁰

Analisis SWOT bermanfaat apabila telah jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi, dan arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Manfaat dari analisis SWOT adalah strategi bagi para *stakeholder* untuk menetapkan sarana-sarana saat ini atau ke depan terhadap kualitas internal maupun eksternal.

2.2.4 Fungsi Analisis SWOT

Suatu perusahaan mengorbitkan suatu produk pasti telah mengalami proses penganalisaan terlebih dahulu oleh tim teknik *corporate plan*. Sebagian dari pekerjaan perencanaan strategi terfokus kepada apakah perusahaan mempunyai sumber daya dan kapabilitas yang memadai untuk menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Pengenal akan kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk tetap menaruh perhatian dan melihat peluang-peluang baru. Sedangkan penilaian yang jujur terhadap kelemahan-kelemahan yang ada akan memberikan bobot realisme pada rencana-rencana yang akan dibuat perusahaan. Maka, fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi

²⁰Fauziah Febriani, “Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banyumas Ajibarang (Studi Kasus pada Produk Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan iB BRI Syariah)”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Purwokerto, 2018), h. 19.

internal perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.

2.2.5 Faktor-Faktor Analisis SWOT

2.2.5.1 *Strengths* merupakan kekuatan apa saja yang dimiliki, pada saat menganalisis suatu masalah untuk menyelesaikannya.²¹ Biasanya dalam analisis SWOT perusahaan cenderung akan membuat sebanyak mungkin daftar kekuatan sebagai upaya kompetensi untuk bersaing dengan kompetitor yang akan dihadapi atau kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan.²² Faktor-faktor kekuatan dalam suatu lembaga adalah kompetensi khusus atau keunggulan-keunggulan lain yang berakibat pada nilai plus atau keunggulan komparatif lembaga tersebut. Hal ini dapat dilihat jika suatu lembaga harus memiliki *skill* atau keterampilan yang dapat disalurkan yang dapat membuat perusahaan menjadi lebih unggul dari pesaing-pesaingnya serta dapat memberikan kesan tersendiri pada *stakeholders*.

2.2.5.2 *Weaknesses* adalah kelemahan yang harus diperbaiki dengan meningkatkan strategi dari kekuatan yang dimiliki.²³ Kelemahan juga dapat dikatakan sebagai hal yang wajar dalam suatu perusahaan tetapi yang paling terpenting adalah bagaimana sebagai penentu kebijakan dalam lembaga mampu untuk

²¹Freddy Rangkyu, *Personal SWOT Analysis Peluang di Balik Setiap Kesulitan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 5.

²²Abdul Hafiz, “*Analisis SWOT Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pondok Indah*”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2018), h. 20.

²³Freddy Rangkyu, *Personal SWOT Analysis Peluang di Balik Setiap Kesulitan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 6.

meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan kelemahan tersebut menjadi satu sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh lembaga yang lain.

2.2.5.3 *Opportunities* merupakan peluang dari faktor eksternal yang dilihat dari kecenderungan perubahan pasar, perubahan teknologi, perubahan manajemen, perubahan bisnis dengan memanfaatkan perubahan tersebut.²⁴ Dengan kata lain peluang adalah faktor yang didapatkan dengan membandingkan analisa internal yang dilakukan di suatu lembaga dengan analisa internal dari kompetitor lain atau dengan kata lain suatu kondisi lingkungan eksternal yang menguntungkan bahkan menjadi formulasi dalam suatu lembaga. Sebagaimana kekuatan peluang juga harus dirangking berdasarkan *success probability*, sehingga tidak semua peluang harus dicapai dalam target dan strategi perusahaan. Peluang dapat dikategorikan dalam tiga tingkatan, yaitu:

- a. *Low* (rendah), jika memiliki daya tarik dan manfaat yang kecil dan peluang pencapaian juga kecil.
- b. *Moderate* (sedang), jika memiliki daya tarik dan manfaat yang besar namun peluang pencapaian kecil atau sebaliknya.
- c. *Best* (baik), jika memiliki daya tarik dan manfaat yang tinggi serta peluang tercapainya juga besar.

2.2.5.4 *Threats* (Ancaman) adalah kebalikan dari sebuah peluang, ancaman meliputi faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah lembaga, atau kondisi eksternal yang dapat merusak tujuan dari suatu perusahaan. Jika

²⁴Freddy Rangkuty, *Personal SWOT Analysis Peluang di Balik Setiap Kesulitan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 6.

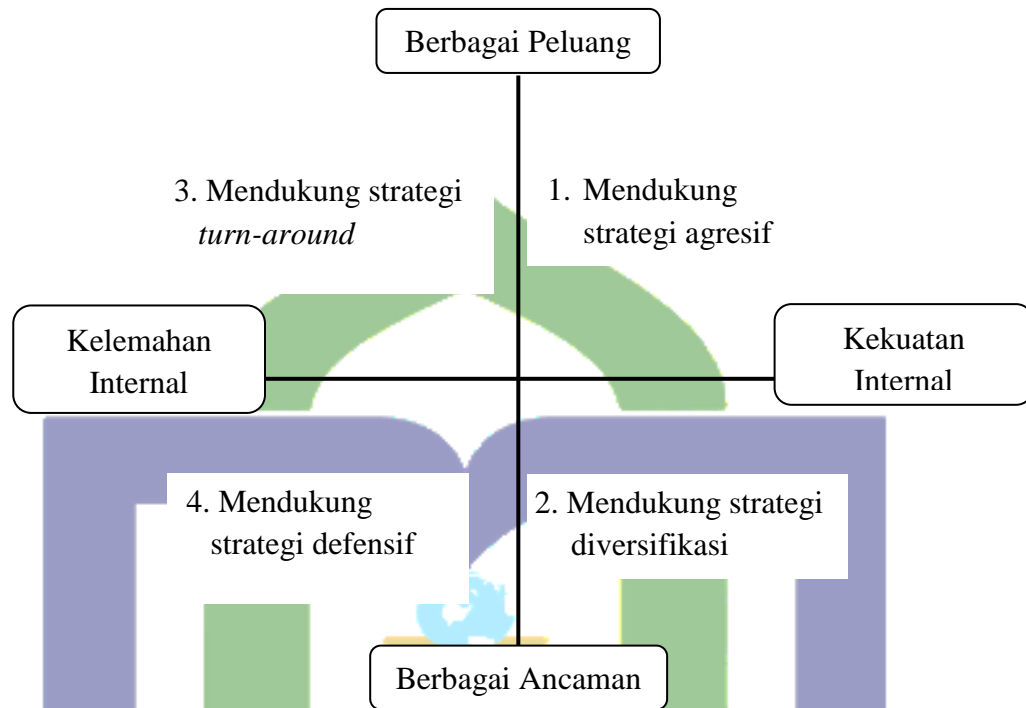
sebuah ancaman tidak ditanggulangi maka akan menjadi sebuah penghalang atau penghambat bagi maju dan peranan sebuah perusahaan atau lembaga. Ancaman dapat dilihat dari tingkat keparahan pengaruhnya (*seriousness*) dan kemungkinan terjadinya (*probability of occurrence*), sehingga dapat dikategorikan, yaitu:²⁵

- a. Ancaman utama (*major threats*), adalah ancaman yang kemungkinan terjadinya tinggi dan dampaknya besar. Untuk ancaman utama ini, diperlukan beberapa *contingency planning* yang harus dilakukan institusi untuk mengantisipasi.
- b. Ancaman tidak utama (*minor threats*), adalah ancaman yang dampaknya kecil dan kemungkinan terjadinya kecil.
- c. Ancaman *moderate*, berupa kombinasi tingkat keparahan yang tinggi namun kemungkinan terjadinya rendah dan sebaliknya.

Selain penilaian alternatif analisis SWOT juga dapat digunakan untuk melakukan perbaikan dan improvisasi dengan mengetahui kelebihan dan peluang (*strength, opportunities*) serta kelemahan dan ancaman (*weaknesses, threats*), maka perusahaan harus melakukan strategi untuk perbaikan perusahaan. Mungkin salah satu strateginya dengan meningkatkan kekuatan dan peluang atau melakukan strategiyang lain yaitu mengurangi kelemahan dan mengatasi ancaman yang ada.

²⁵Syukron Zahidi, "Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats)". *Blog Syukron Zahidi*. <http://izzaucon.blogspot.com/2014/06/analisis-swot-strengths-weaknesses.html> (04 Desember 2018).

Gambar 2.1 Analisis SWOT²⁶



Kuadran I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Kuadran II meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari strategi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Kuadran III perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi

²⁶Freddy Ranguti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 20.

bisnis kuadran III ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG-Matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Kuadran IV ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.²⁷

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada.

2.2.6 Penyusunan Analisis SWOT

Menciptakan suatu analisis SWOT yang baik dan tepat maka perlu kiranya dibuat suatu model analisis SWOT yang *representative*. Penafsiran *representative* disini adalah bagaimana suatu kasus yang akan dikaji dilihat berdasarkan ruang lingkup dari aktivitas kegiatannya, atau dengan kata lain kita melakukan penyesuaian analisis berdasarkan kondisi yang ada.²⁸

Untuk menyusun suatu formula SWOT yang *representative* adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

²⁷Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT “Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI”* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 20-21.

²⁸Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 311.

2.2.6.1 Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal.²⁹

Data eksternal dapat diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan, seperti analisis pasar, analisis kompetitor, analisis komunitas, analisis pemasok, analisis pemerintah dan analisis kelompok kepentingan tertentu. Ada pun data internal dapat diperoleh dari laporan kegiatan operasional, laporan kegiatan pemasaran, dan laporan kegiatan sumber daya manusia.³⁰ Dimana model yang dipakai dari tahap pengumpulan data adalah model matriks faktor strategi eksternal, matriks faktor strategi internal dan matriks profil kompetitif.

2.2.6.1.1 Matrik faktor strategi eksternal

Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu Faktor Strategi Eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara-cara penentuan faktor strategi eksternal:

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1.0 (sangat penting) sampai dengan 0.0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*)

²⁹Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard “Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko”* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 201.

³⁰Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT “Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI”* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 24.

berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasil berupa skor pembobotan masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (*outstanding*) sampai dengan 1.0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.³¹

2.2.6.1.2 Matrik faktor strategi internal

Setelah faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu table IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka *strength and weaknesses* perusahaan. Tahapnya adalah:

³¹Freddy Ranguti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT “Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI”* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 24-25.

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1.0 (paling penting) sampai 0.0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1.00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (*outstanding*) sampai dengan 1.0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis

internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnyadalam kelompok industri yang sama.³²

2.2.6.2 Tahap Analisis

Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.³³ Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, akan tetapi secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Tabel 2.2 Matrik Analisis SWOT³⁴

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	WEAKNESSES (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
OPPORTUNITIES (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
THREATS (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

³²Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT “Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI”* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 27.

³³Abdul Hafiz, “*Analisis SWOT Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pondok Indah*”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2018), h. 20.

³⁴Suhartini, “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Perusahaan,” (Jurnal Matrik Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Gresik 12, no. 2, 2012), h. 4.

a. Strategi SO (mendukung strategi *growth*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (mendukung strategi *diversifikasi*)

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO (mendukung strategi *turn around*)

Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT (mendukung strategi *defensif*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.³⁵

Bagi seorang manajemen matrik SWOT dapat memberikan gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki atau dengan kata lain perusahaan mampu untuk memposisikan pemahamannya secara lebih aplikatif dari keempat set dalam matrik SWOT tersebut untuk menghasilkan alternatif strategis. Dimana keempat set tersebut dilakukan secara simultan, bukan dilakukan secara terpisah agar strategi yang akan diterapkan oleh suatu perusahaan atau lembaga menjadi lebih terpadu.

³⁵Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard "Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 202.

2.2.6.3 Tahap Penentuan Strategi

Ide dasar dari penentuan strategi ini adalah pemilihan dua variabel sentral di dalam proses penentuan yaitu penentuan tujuan utama *grand strategy* dan memilih faktor-faktor internal atau eksternal untuk pertumbuhan atau profitabilitas.³⁶

Penentuan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga dapat melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki. Setelah dilakukan analisis, maka perusahaan akan mengambil keputusan untuk menentukan strategi yang akan digunakan berdasarkan dari matrik SWOT yang dapat menguntungkan dan efektif serta efisien ketika dijalankan kedepannya.

2.2.7 Pengembangan Produk

2.2.7.1 Pengertian Pengembangan Produk

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller “pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan”.³⁷

³⁶Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT “Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI”* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 100.

³⁷Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II. Edisi 12 (Jakarta: Prenhallindo, 2007), h. 320.

Menurut Henry Simamora “pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya ke dalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial”. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan.³⁸

Pengembangan produk sendiri bukanlah hal yang mudah, karena dalam pengembangan produk terdapat banyak hambatan baik itu dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang mengalami kegagalan dalam mengembangkan produknya yang disebabkan karena perusahaan tidak dapat memecahkan hambatan-hambatan tersebut.

Kegagalan ini akan mengakibatkan perusahaan tidak berkembang dalam hal produk yang selanjutnya perusahaan akan tampil dengan produk yang lama yang kemungkinan besar sudah mengalami kejenuhan di pasar, karena perusahaan tampil dengan produk lama, maka perusahaan tidak dapat bersaing dengan pesaingnya yang telah mampu mengembangkan produknya, yang akhirnya menjadi suatu keharusan agar perusahaan tersebut dapat bertahan hidup atau bahkan lebih berkembang lagi.³⁹

Dalam berinovasi dan bereksperimen suatu perusahaan pasti mengalami kesulitan, pada prinsipnya agama Islam menyukai kemudahan, menghindari mudharat dan memaksimalkan manfaat. Karena inovasi produk sangat penting maka tidak dapat dibantah, bahwa terdapat hubungan yang kuat antara inovasi produk dengan pengembangan pasar, artinya semakin inovatif perusahaan dalam membuat produk semakin cepat pula pasar berkembang. Maka, lemahnya inovasi produk

³⁸Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 411.

³⁹Weman Suardi, “Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan,” (Jurnal Ilmiah Ranggading STIE Kesatuan Bogor 5, no. 1, 2005), h. 1)

perusahaan bagaimanapun akan berimbas secara signifikan kepada lambatnya pengembangan pasar.

Lemahnya inovasi produk dan pengembangan pasar harus segera diatasi, agar akselerasi perkembangan perusahaan lebih cepat. Inovasi produk diperlukan agar perusahaan dapat lebih optimal dalam memanfaatkan fenomena global. Karena itu harus melakukan inisiatif akselerasi luar biasa dalam pengembangan produk. Inovasi menjadi kunci perusahaan untuk lebih kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Keberhasilan sistem perusahaan di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan perusahaan menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kualitas sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi perusahaan, sebab inovasi memiliki peran penting di tengah pasar yang kompetitif, karena itu suatu perusahaan harus dapat melakukan inovasi-inovasi baru.⁴⁰ Oleh karena itu, pengembangan produk sangatlah penting bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan.

2.2.7.2 Faktor-faktor yang mendorong perusahaan melakukan pengembangan produk

Ada beberapa faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengembangan produk, faktor-faktor ini harus dipertimbangkan agar terlaksananya pengembangan produk yang berhasil. Apabila dalam situasi persaingan yang ketat, perusahaan tidak melakukan usaha pengembangan produk, maka akan menghadapi resiko yang besar, sehingga akan kehilangan pasar dan pelanggan potensial.

⁴⁰Mahendradicky. "Inovasi Produk Syariah dari Aspek Pengembangan Fikih Muamalah". <http://mahendradicky.blogspot.co.id/2012/01/inovasi-produk-perbankan-syariah-dari.html>. 22 Mei 2019.

Menurut William J. Stanton faktor-faktor yang mendorong perusahaan melakukan pengembangan produk adalah sebagai berikut:⁴¹

a. Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi yang pesat meningkatkan terciptanya sarana produksi yang baru untuk dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membuat dan menyempurnakan produk, sehingga kualitas produk menjadi lebih baik dan jumlah produksi yang diperoleh akan dapat ditingkatkan.

b. Pertumbuhan selera konsumen

Perubahan ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, tingkat perkembangan penduduk, tingkat pendidikan, serta kesetiaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan.

c. Persaingan

Adanya persaingan yang kuat di antara perusahaan yang sejenis akan menyebabkan perusahaan berusaha untuk selalu mengembangkan produknya dengan harapan dapat menyaingi volume produksi persaingan.

d. Adanya kapasitas produk berlebihan

Dengan meningkatkan kapasitas mesin-mesin yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan berusaha untuk menggunakan kelebihan kapasitas tersebut dengan jalan memproduksi.

e. Siklus hidup produk yang pendek

Siklus kehidupan produk yang pendek mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produknya, sehingga masyarakat tidak bosan dengan produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan yang bersangkutan.

⁴¹William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jilid I. Eds. VII, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 228.

- f. Adanya keinginan untuk meningkatkan laba

Perusahaan mempunyai keinginan untuk memperkuat posisi produknya di pasar, serta memperluas pasar.

2.2.7.3 Strategi Pengembangan Produk

Dalam melakukan pengembangan produk, perusahaan menghadapi beberapa kendala. Untuk menghadapi kendala-kendala tersebut maka perusahaan harus mempunyai seperangkat strategi dalam menghadapi setiap perubahan bisnis yang mungkin terjadi.

Menurut Philip Kotler ada tiga macam strategi yang dilakukan dalam pengembangan produk, yaitu:⁴²

- a. Strategi pengembangan kualitas (*quality improvement*)

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja fungsional produk, daya tahan, keandalan, kecepatan.

- b. Strategi peningkatan keistimewaan (*feature improvement*)

Strategi ini bertujuan untuk menambah keistimewaan baru (seperti ukuran, berat, bahan, kelengkapan tambahan, aksesoris) yang memperluas keanekaragaman, keamanan atau kenyamanan produk.

- c. Strategi peningkatan gaya (*style improvement*)

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya Tarik estetis suatu produk, seperti perusahaan memperkenalkan variasi warna dan macam dari produk.

⁴²Philip Kotler, *Marketing*, Jilid I, (Surabaya: Erlangga, 1987), h. 219-276.

2.2.8 Tabungan

2.2.8.1 Tabungan

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴³ Nasabah ketika ingin menarik simpanannya pada bank hendaknya datang secara langsung dengan membawa buku tabungan yang dimiliki, slip penarikan atau melalui fasilitas ATM. Pengertian yang hampir sama dijumpai dalam pasal 1 angka 21 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang menyebutkan 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 dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Tabungan merupakan salah satu produk penghimpunan dana masyarakat. Hal ini sesuai dengan ketentuan Perundang-Undangan yang berlaku, bahwa sumber dana bank dihimpun dari masyarakat terdiri dari simpanan giro, deposito dan tabungan.⁴⁴ Tabungan juga dapat didefinisikan sebagai simpanan dari dana pihak ketiga (nasabah) di bank. Bank akan menyimpan dana pihak ketiga dalam periode tertentu sesuai dengan keinginan. Kreditur bebas mengambilnya kapan saja baik itu secara langsung di *teller* atau melalui transaksi elektronik (ATM).

⁴³Khotibul Umam, *Perbankan Syariah "DasarDasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia"* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 88.

⁴⁴Midawiah, "*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Makassar*", (Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin: Makassar, 2012), h. 30-31.

2.2.8.2 Tabungan BTN Prima

Tabungan BTN Prima merupakan produk tabungan dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* (investasi), yang merupakan kerja sama antara dua pihak. Dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan modal dan memberikan kewenangan penuh kepada pihak lainnya (*mudharib*) dalam menentukan jenis dan tempat investasi. Keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati di muka. Nisbah dari bank BTN Syariah KCP Parepare dengan persentase bank 75% dan nasabah 25%.

2.2.8.3 Tabungan BTN Batara

Tabungan BTN Batara merupakan produk tabungan dengan menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Dimana terdapat titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendakinya. Pihak yang menerima titipan dapat memanfaatkan untuk kegiatan yang produktif ke pihak yang lain, sesuai dengan kesepakatan. Apabila ada keuntungan yang diperoleh dari bank maka bank dapat memberikan bonus untuk penitip atas titipannya yang telah dikelola.

2.2.9 Landasan Hukum Tabungan

Dasar hukum terhadap produk bank syariah berupa tabungan dapat dijumpai dalam hukum islam maupun hukum positif, berikut penjelasannya:

2.2.9.1 Landasan Syariah

a. Al-qur'an

Ketentuan Al-qur'an mengenai prinsip *wadi'ahi* dalam surah An-Nisa' (2): 58

“إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا...”

“*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan), kepada yang berhak menerimanya...*”⁴⁵

Dari ayat di atas pada intinya adalah orang yang menerima barang titipan tidak berkewajiban menjamin, kecuali bila ia tidak melakukan kerja dengan semestinya atau melakukan jinayah terhadap barang titipan.

Ketentuan hukum tentang *mudharabah* dalam Al-qur’an surah Al-Muzzamil (73): 20

“...وَأَخْرُونَ يُضْرَبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ...”

“...*dan dari orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah Swt...*”⁴⁶

Dari ayat di atas pada intinya adalah berisi dorongan bagi setiap manusia untuk melakukan perjalanan usaha. Dalam dunia modern seperti sekarang ini siapa saja, akan menjadi lebih mudah untuk melakukan investasi yang benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, antara lain melalui mekanisme tabungan *mudharabah*.⁴⁷

b. Hadits

Ketentuan hukum dalam hadits mengenai *wadi’ah* terdapat dalam hadits yang diriwayatkan oleh Abu Daud, at-Tirmizi dan al-Hakim:

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنْ ائْتَمَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ (رواه أبو داود والترمذي والحاكم)

⁴⁵Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemah*, h. 574.

⁴⁶Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemah*, h. 574.

⁴⁷Khotibul Umam, *Perbankan Syariah di Indonesia “Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia”* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 90.

“Serahkanlah amanah orang yang mempercayai engkau, dan jangan kamu mengkhianati orang yang mengkhianati engkau.”⁴⁸

Berdasarkan hadits tersebut, jelas terlihat bahwa perjanjian penitipan barang itu dibolehkan, dengan kata lain bahwa hukumnya adalah jaiz atau boleh. Sedangkan yang diwajibkan dalam akad ini adalah mengembalikan harta titipan tersebut kepada pemiliknya ketika ia telah memintanya kembali.

Ketentuan hukum dalam hadits mengenai *mudharabah* terdapat dalam hadits yang diriwayatkan oleh Thabrani:

كَانَ سَيِّدُنَا الْعَبَّاسُ عَبْدُ بَنِي الْمُطَّلِبِ إِذَا دَفَعَ الْمَالَ مُضَارَبَةً إِشْتَرَطَ عَلَى صَاحِبِهِ لِأَنَّ يَسْتَلِكَ بِهِ، بِحُرًّا
وَلَا يَنْزِلُ بِهِ وَادِيًا، وَلَا يَشْتَرِي بِهِ ذَابَّةً ذَاتَ كَبِدٍ رَطْبِيَّةٍ، فَإِنْ فَعَلَ ذَلِكَ ضَمِنَ، فَبَلَغَ شَرْطُهُ رَسُولَ اللَّهِ
صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ فَأَجَازَهُ (رواه الطبراني في الأوسط عن ابن عباس).

“Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara *mudharabah* ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah, dan Rasulullah pun membolehkannya.”⁴⁹

Dari hadits di atas menunjukkan bahwa dalam *mudharabah* pihak *shahibul maal* (pemilik modal) yang menyediakan dana 100%, dimana dana tersebut akan digunakan untuk usaha yang produktif untuk dikelola oleh *mudharib*.

Dari hasil usaha yang dikelola oleh *mudharib* akan dibagi hasilkan sesuai

⁴⁸Khotibul Umam, *Perbankan Syariah di Indonesia “Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia”* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 82.

⁴⁹Khotibul Umam, *Perbankan Syariah di Indonesia “Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia”* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 90.

dengan nisbah yang telah ditetapkan pada saat awal akad perjanjian. Ketika usaha yang dilaksanakan oleh *mudharib* mengalami kerugian, maka kerugian tersebut akan ditanggung oleh *shahibul maal*, selama kerugiannya bukan atas dasar penyimpangan atau kelalaian dari *mudharib*. Tetapi, ketika *mudharib* yang melakukan kesalahan dalam melaksanakan usaha, maka *mudharib* diwajibkan untuk mengganti dana yang telah diinvestasikan oleh investor (*shahibul maal*).

c. Ijma'

Bahwa telah terjadi ijma' dari para ulama terhadap legitimasi *wadi'ah*, mengingat kebutuhan manusia mengenai hal ini sudah jelas terlihat.

Diriwayatkan, sejumlah sahabat menyerahkan (kepada orang, *mudharib*) harta anak yatim sebagai *mudharabah* dan tak ada seorang pun mengingkari mereka, karena hal itu dipandang sebagai ijma'.⁵⁰ Landasan ijma' ulama tentang kebolehan *mudharabah* adalah riwayat dari jamaah para sahabat bahwa mereka mengelola harta anak yatim secara *mudharabah*, karena harta yang diamanahkan itu akan dapat berkembang.

2.2.9.2 Landasan Positif

Dasar hukum atas produk perbankan syariah berupa tabungan dalam hukum positif Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Saat ini secara khusus mendasarkan pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

⁵⁰Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Mudharabah (Qiradh), Diakses pada Tanggal 14 Desember 2018.

Tahapan sebagai salah satu produk penghimpunan dana juga mendapatkan dasar hukum dalam PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dan a serta pelayanan jasa bank syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan PBI No. 10/16/PBI/2008. Pasal 3 PBI dimaksud menyebutkan antara lain bahwa pemenuhan prinsip syariah dilakukan melalui kegiatan penghimpunan dana dengan mempergunakan antara lain akad *wadi'ah* dan *mudharabah*.⁵¹

Setelah keluarnya PBI tersebut, tabungan sebagai produk perbankan syariah telah mendapatkan pengaturan dalam Fatwa DSN No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 12 Mei 2000 yang intinya menyatakan bahwa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menyimpan kekayaan, memerlukan jasa perbankan, salah satu produk perbankan di bidang penghimpunan dana dari masyarakat adalah tabungan.⁵² Selain itu mengenai deposito juga telah diatur dalam sebuah Fatwa DSN No. 03/DSN-MUI/IV/2000, tanggal 1 April 2000 yang menyatakan bahwa keperluan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam bidang investasi, memerlukan jasa perbankan.⁵³

2.2.9.3 Akad *Wadi'ah* dan *Mudharabah*

Akad *wadi'ah* adalah prinsip simpanan dari pihak yang menyimpan atau menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk

⁵¹Khotibul Umam, *Perbankan Syariah di Indonesia "Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia"* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 91.

⁵²Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan, Diakses pada Tanggal 14 Desember 2018.

⁵³Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan. Diakses pada Tanggal 14 Desember 2018.

dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan. Titipan harus dijaga dan dipelihara oleh pihak yang menerima titipan, dan titipan ini dapat diambil sewaktu-waktu pada saat dibutuhkan oleh pihak yang menitipkannya.⁵⁴ Akad *wadi'ah* ada dua jenis yaitu *wadi'ah yad al-amanah* (titipan murni) dan *wadi'ah yad dhamanah* (akad antara dua pihak, satu pihak sebagai pihak yang menitipkan (nasabah) dan pihak lain sebagai pihak yang menerima titipan, dimana titipan tersebut dapat dimanfaatkan atas persetujuan dari penitip).

Akad *mudharabah* adalah akad perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kerja sama usaha yang produktif, dimana satu pihak akan menyertakan modal sebesar 100% yang disebut sebagai *shahibul maal*, dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha yang disebut sebagai *mudharib*. Bagi hasil dari usaha yang dikerjakan samakan dihitung sesuai dengan nisbah yang telah disepakati pada awal perjanjian antara kedua pihak. Dalam lembaga keuangan terdapat dua bentuk jenis akad *mudharabah* yang diterapkan yaitu, *mudharabah mutlaqah* (akad dimana pemilik dana memberikan kebebasan pada jenis usaha, waktu yang diperlukan, strategi pemasarannya, serta wilayah bisnis yang dilakukan, dan usaha yang dilakukan harus sesuai dengan prinsip syariah) dan *mudharabah muqayyadah* (akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pemilik modal memberikan batasan pada tempat dan cara berinvestasi, jenis investasi, objek investasi dan jangka waktu).

Bank syariah tidak mempunyai kewajiban untuk mengembalikannya apabila terjadi kerugian atas pengelolaan dana yang bukan disebabkan

⁵⁴Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 59.

kelalaian atau kesalahan bank sebagai *mudharib*. Namun sebaliknya, dalam hal bank syariah (*mudharib*) melakukan kesalahan atau kelalaian dalam pengelolaan dana investor (*shahibul maal*), maka bank syariah wajib mengganti semua dana investasi *mudharabah*.⁵⁵

2.3 Tinjauan Konseptual

2.3.1 Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai islam, khususnya yang bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang non-produktif seperti perjudian (*maysiri*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.⁵⁶

2.3.3 Tabungan

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 angka 21 tentang Perbankan Syariah yang menyebutkan 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 dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

- a. Tabungan BTN Prima adalah produk menabung sekaligus berinvestasi dengan nisbah yang kompetitif dengan jangka waktu sesuai dengan kebutuhan, yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*.

⁵⁵Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 87.

⁵⁶Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum* (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, 2005), h. 4.

- b. Tabungan BTN Prima adalah produk tabungan dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* (titipan), yang memiliki berbagai macam fitur dan manfaat dan dapat digunakan sebagai media penyimpanan dana untuk keperluan transaksi, serta pembayaran rutin atau keperluan lainnya.

2.3.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).⁵⁷ Atau dengan kata lain analisis SWOT merupakan suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan suatu keputusan dari perusahaan untuk mewujudkan visi dan misinya.⁵⁸ Dimana ada empat faktor yang berpengaruh secara simultan dari analisis SWOT, yaitu:

- a. *Strengths*, adalah situasi atau kondisi dari faktor internal (dalam) yang merupakan kekuatan dari suatu perusahaan atau lembaga pada saat ini.
- b. *Weaknesses*, adalah situasi atau kondisi dari faktor internal (dalam) yang merupakan kelemahan dari suatu perusahaan atau lembaga pada saat ini.
- c. *Opportunities*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan peluang dari faktor eksternal (luar) yang dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau lembaga agar dapat berkembang di masa akan datang.

⁵⁷Freddy Rangkuti, *SWOT Balancad Scorecard "Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko"* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2017), h. 198.

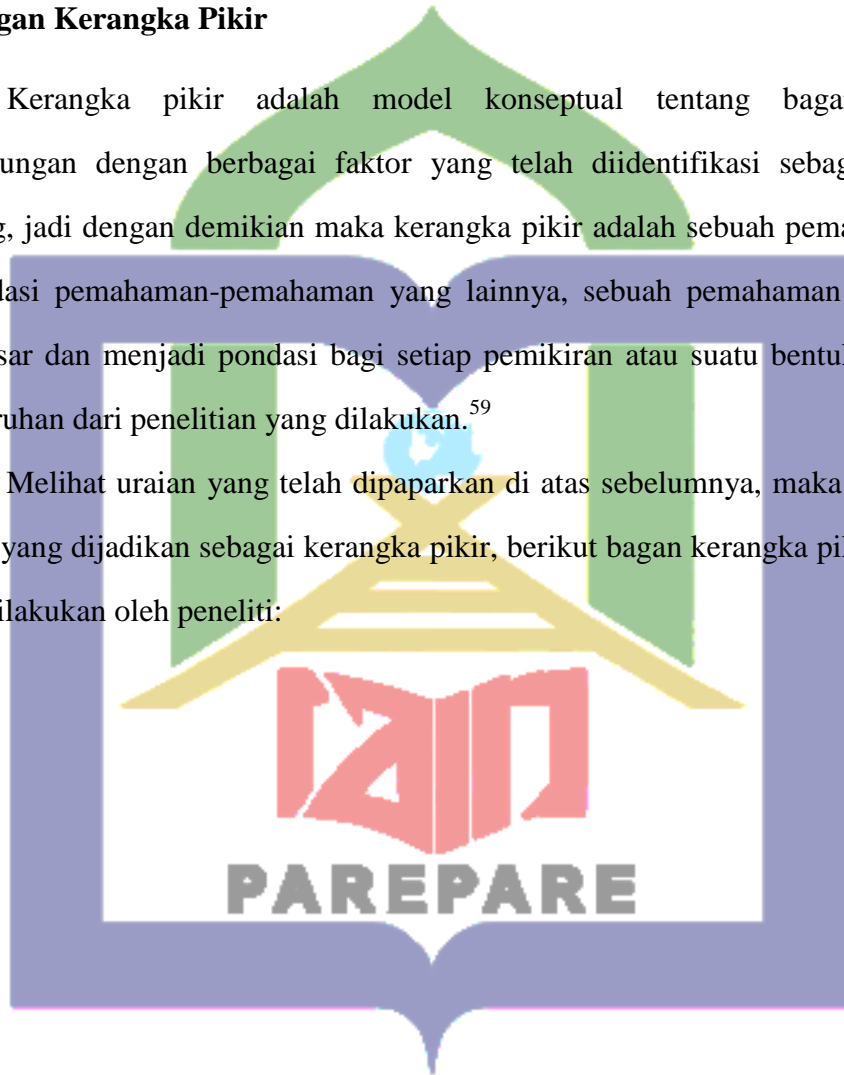
⁵⁸Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk* (Bogor: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), h. 58.

- d. *Threats*, adalah situasi dari faktor eksternal (luar) yang merupakan ancaman bagi perusahaan yang datang dari luar dan dapat mengancam eksistensi lembaga yang bersangkutan.

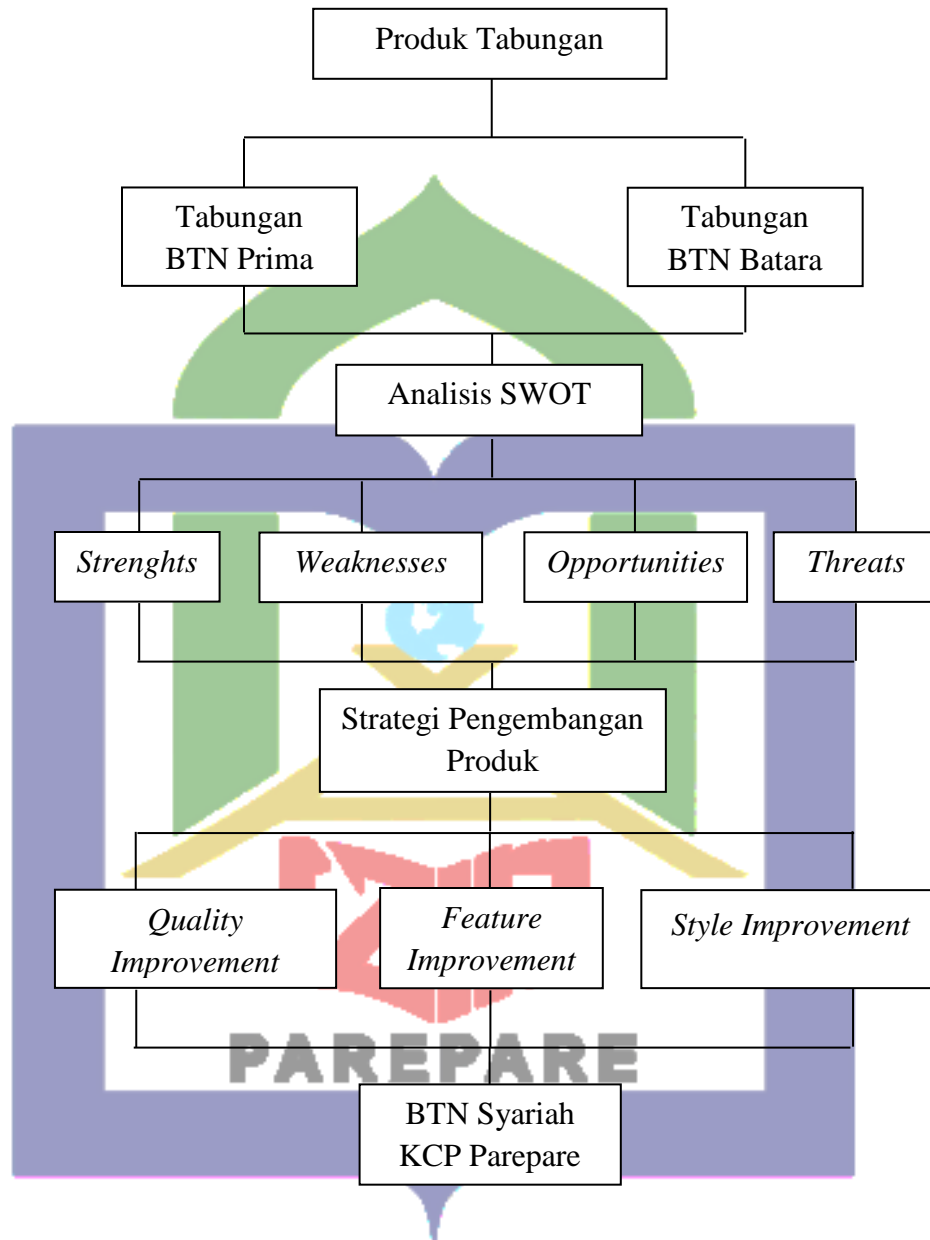
2.4 Bagan Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting, jadi dengan demikian maka kerangka pikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang dilakukan.⁵⁹

Melihat uraian yang telah dipaparkan di atas sebelumnya, maka dapat dibuat skema yang dijadikan sebagai kerangka pikir, berikut bagan kerangka pikir penelitian yang dilakukan oleh peneliti:



⁵⁹Akhmad. "Definisi Kerangka Pikir". <http://www.scribd.com/doc/306634326/Definisi-Kerangka-Pikir#> (04 Desember 2018).

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Melihat dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian ini dapat dikategorikan dalam penelitian empiris (*field research*). Karena dalam penelitian ini berorientasi pada pengumpulan data empiris di lapangan, yaitu di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare. Penelitian empiris adalah penelitian yang menitik beratkan pada hasil pengumpulan data dari informasi yang telah ditemukan.⁶⁰

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena dalam penelitian ini akan menggali dan menganalisis data untuk menemukan makna dari hal-hal mendasar dan esensial dari masalah yang ada yaitu dimana produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara menduduki posisi tertinggi dengan kenaikan aset yang cukup signifikan dari jumlah nasabahnya, namun tentu terdapat beberapa perbedaan dari kedua produk tersebut dan melihat kelemahan, kelebihan, ancaman dan peluang yang ada.

Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositif/interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek ilmiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan),

⁶⁰Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Rosda Karya, 2002), h. 135.

analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.⁶¹

Pendekatan kualitatif merupakan suatu pendekatan yang memerlukan proses yang berasal dari hasil wawancara, maupun sejumlah dokumen. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti akan melakukan analisis dengan cara menguraikan, menjelaskan, dan mendeskripsikan secara rinci melalui hasil wawancara langsung dan dokumentasi yang akan dilakukan di BTN Syariah KCP Parepare tentang analisis SWOT pada Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara sehingga mengalami perkembangan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini, peneliti langsung ke lokasi penelitian, untuk memperoleh data dengan meminta izin kepada pihak kepala BTN Syariah KCP Parepare, juga kepada unsur yang terkait dengan objek penelitian.

Adapun rencana pelaksanaan penelitian adalah sebagai berikut:

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare, Jln. Andi Makkasau No. 59 D Parepare SN, Sulawesi Selatan.

⁶¹Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 38.

3.2.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah selama ± 2 (kurang lebih dua) bulan (d disesuaikan dengan kebutuhan).

3.3 Fokus Penelitian

Peneliti ingin mengetahui dan memahami bagaimana analisis SWOT yang diterapkan pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare. Fokus penelitian tersebut dirancang ketika setelah peneliti mengamati BTN Syariah KCP Parepare.

3.4 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang dinyatakan secara deskripsi dalam bentuk kata-kata, bahasa, kalimat, sketsa maupun gambar. Jika dilihat dari sumbernya, data dapat dibedakan antara data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang bersangkutan dan data yang diperoleh dari bahan pustaka. Sesuai dengan tujuan dari penelitian, maka data dibagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang menjadi inti dari suatu penelitian atau sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer ini dapat berupa opini objek (orang) secara individual dan kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian

atau kegiatan dan hasil pengujian.⁶² Dalam mendapatkan data primer ini, peneliti akan melakukan komunikasi atau tatap muka secara langsung dengan pihak kepala Bank BTN Syariah KCP Parepare dan beberapa pihak yaitu pihak manajemen, pihak penunjang operasional dan *customer service* dan yang terkait dengan objek penelitian.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari luar atau data yang hanya sekedar data pelengkap untuk data primer. Data sekunder adalah data pelengkap yang dapat dikorelasikan dengan data primer, data tersebut adalah sebagian bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis yang dapat terdiri atas sumber buku, majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, disertasi atau tesis, jurnal dan dokumen resmi.⁶³ Data sekunder ini dapat menjadi bahan pelengkap untuk peneliti dalam membuktikan penelitiannya menjadi lebih valid atau akurat. Sehingga membantu peneliti untuk menyelesaikan masalah dengan baik. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang berupa buku.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁶²Gabriel Amin Silalahi, *Metode Penelitian dan Study Kasus* (Sidoarjo: CV. Citra Media, 2003), h. 57.

⁶³Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Rosdaya Karya, 2002), h. 159.

3.5.1 Observasi

Observasi adalah teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yang diinginkan oleh peneliti dengan mendatangi secara langsung kantor Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare atas izin dari pihak yang bersangkutan. Observasi yang diamati yaitu dengan menganalisis strategi SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare.

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.⁶⁴ Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab.⁶⁵

Teknik wawancara yang dilakukan dalam penelitian kualitatif ini adalah wawancara mendalam yang dilakukan untuk menggali data yang berasal dari seorang informan, kunci menyangkut data individu atau hal khusus dan sangat spesifik. Wawancara mendalam merupakan wawancara yang dilakukan pada orang yang memiliki pengalaman terkait mengenai persoalan yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini.

Teknik yang dilakukan tersebut bertujuan untuk menganalisis data terkait mengenai produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara yang dilihat dari

⁶⁴Dedi Mulyawan, *Metode Penelitian Kualitatif "Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya"* (Bandung: PT. Remaja Rosdaya Karya, 2004), h. 180.

⁶⁵Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif (Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humoria)* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002), h. 130.

kelemahan, kelebihan, peluang dan ancaman yang ada di BTN Syariah KCP Parepare.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, menyangkut persoalan pribadi, dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan konteks rekaman peristiwa tersebut.⁶⁶

Teknik dokumentasi adalah metode dalam mengumpulkan data kualitatif yang sejumlah besar fakta data tersimpan dalam bahan yang terbentuk dokumentasi, baik itu berbentuk surat, arsip, jurnal kegiatan dan lain-lain. Dalam dokumentasi ini peneliti mengumpulkan data yang bersifat resmi terkait dengan penelitian tersebut, seperti dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian brosur atau website.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, dikelola, mensistensikan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Proses analisa tersebut, untuk mengevaluasi fakta-fakta dan memberikan penelitian terhadap masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu mengenai

⁶⁶Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 97.

analisis SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batar di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti akan menggunakan metode-metode yang secara khusus adalah sebagai berikut:

3.6.1 *Editing*

Editing adalah seleksi atau pemeriksaan ulang data yang telah terkumpul. Dalam proses *editing* ini, peneliti akan melakukan pemeriksaan data terhadap wawancara yang telah dilakukan dengan pihak yang bersangkutan.

3.6.2 *Klasifikasi*

Dalam proses ini, peneliti akan mengklasifikasikan atau mengelompokkan data yang telah diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi sesuai dengan kategorinya.

3.6.3 *Analisis Deskriptif Kualitatif*

Dalam proses ini, peneliti akan melakukan analisa terhadap informasi yang telah diperoleh untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan secara sistematis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Bank BTN Syariah KCP Parepare untuk membandingkan antara produk Tabungan BTN Prima dan Deposito BTN serta strategi yang digunakan dari kedua produk tersebut.

3.6.4 *Analisis Matrik SWOT*

Matrik SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan

kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.⁶⁷

3.6.5 Konklusi

Konklusi adalah metode yang terakhir dalam penelitian yaitu dengan menarik kesimpulan. Dalam penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan dari proses *editing* sampai kepada *analisis* untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.



⁶⁷Umi Masruroh, “*Analisis SWOT Dalam Startegi Pemasaran Produk Tabungan Batara iB (Studi Kasus pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)*”, (Skripsi Sarjanan; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo: Semarang, 2015), h. 12.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1.1 Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah KCP Parepare

Bank BTN Syariah merupakan *Strategic Bussiness Unit* (SBU) dari bank BTN yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah, yang mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan kantor cabang syariah pertama di Jakarta.⁶⁸

Tahun 2007 bank BTN telah mengoperasikan 12 Kantor Cabang Syariah dan 40 Kantor Layanan Syariah yang tersebar di lokasi Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Makassar, Malang, Solo, Medan, Batam, Tangerang, Bogor, dan Bekasi.

Bank Tabungan Negara (BTN) Makassar telah membuka Kantor Cabang Pembantu Syariah pertama di kota Parepare yang dilaksanakan pada akhir tahun. Kegiatan *soft opening* dimulai pada tanggal 28 Desember 2016 dan *grand opening* terlaksana tanggal 26 Maret 2017.⁶⁹

4.1.1.1 Profil Produk Tabungan BTN Prima

Tabungan BTN Prima merupakan produk simpanan dana dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* yang ditujukan untuk keperluan investasi dan bersifat fleksibel dalam jangka waktu dan penarikannya, dimana pihak BTN Syariah KCP Parepare menyediakan modal dan memberikan kewenangan atau

⁶⁸BTN Syariah, Profil BTN Syariah, <http://www.btn.co.id/id/Syariah/Tentang-Kami/Profil-BTN-Syariah>, Diakses pada Tanggal 27 April 2019.

⁶⁹Ainul Muhaidir, *Customer Service*, Kota Parepare Kec. Soreang, Sulsel, wawancara oleh penulis di Parepare, 17 April 2019.

kebebasan kepada nasabah selaku pengelola dalam menentukan jenis dan tempat investasi, keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati.⁷⁰ Manfaat dari produk tersebut yaitu nasabah mendapatkan bagi hasil yang kompetitif. Adapun syarat dan ketentuan dari produk Tabungan BTN Prima adalah sebagai berikut:⁷¹

- a. Rekening dapat berlaku untuk Warga Negara Indonesia (WNI) maupun Warga Negara Asing (WNA).
- b. Tidak tercantum dalam daftar hitam yang masih berlaku yang diterbitkan oleh BI.
- c. Bisa untuk calon nasabah perseorangan maupun lembaga. Orang atau lembaga atas nama rekening yang dibuka bertanggung jawab sepenuhnya terhadap segala kewajiban yang timbul dari rekening tersebut.
- d. Wajib melampirkan kelengkapan dokumen yang dibutuhkan.
- e. Rekening dinyatakan aktif dan bisa digunakan secara efektif setelah disetujui dan diaktifkan oleh bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku di bank.

Adapun persyaratan dokumen untuk nasabah yang ingin membuka Tabungan BTN Prima, adalah sebagai berikut:⁷²

- Persyaratan dokumen untuk pribadi
 - a. Warga Negara Indonesia (WNI) di atas umur 17 tahun :
KTP/SIM/Paspor dan NPWP.

⁷⁰Ainul Muhaidir, *Customer Service*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 17 April 2019.

⁷¹BTN Syariah, Produk Tabungan BTN Prima, <https://www.btn.co.id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Product-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/produk-dana/Tabungan/Tabungan-BTN-Prima-iB>, Diakses pada Tanggal 10 Mei 2019.

⁷²Ainul Muhaidir, *Customer Service*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 17 April 2019.

- b. Warga Negara Indonesia (WNI) di bawah umur 17 tahun : Kartu Pelajar, Akta Kelahiran dan Surat Pernyataan Orang Tua sebagai *beneficiary owner*.
- c. Warga Negara Asing (WNA) : Paspor dan KITAS/KITAP yang masih berlaku.
- Persyaratan dokumen untuk lembaga
 - a. KTP Pejabat Berwenang.
 - b. Akta Pendirian Perusahaan.
 - c. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
 - d. Surat Izin Usaha Perusahaan (SIUP).
 - e. Tanda Daftar Perusahaan (TDP).
 - f. Surat Izin Usaha lainnya.

Adapun beberapa skema penempatan saldo untuk mengambil Tabungan BTN Prima, adalah sebagai berikut:⁷³

a. Skema A

Setoran Awal (Rp)	Setoran Rutin Bulanan (Rp)	Perkiraan Nilai Investasi Akhir (Rp)	Jangka Waktu (Thn)
33.000.000,-	150.000,-	51.000.000,-	10
50.500.000,-	150.000,-	63.100.000,-	7
375.000.000,-	150.000,-	376.800.000,-	1

b. Skema B

Setoran Awal (Rp)	Setoran Rutin Bulanan (Rp)	Perkiraan Nilai Investasi Akhir (Rp)	Jangka Waktu (Thn)

⁷³Brosur Tabungan BTN Prima

20.000.000,-	575.000,-	89.000.000,-	10
20.000.000,-	785.000,-	104.780.000,-	9
20.000.000,-	3.500.000,-	230.000.000,-	5

c. Skema C

Setoran Awal (Rp)	Setoran Rutin Bulanan (Rp)	Perkiraan Nilai Investasi Akhir (Rp)	Jangka Waktu (Thn)
37.500.000,-	0,-	37.500.000,-	10
47.500.000,-	0,-	47.500.000,-	8
63.000.000,-	0,-	63.000.000,-	6

4.1.1.2 Profil Produk Tabungan BTN Batara

Tabungan BTN Batara merupakan produk simpanan dana dengan menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* (titipan), dimana terdapat titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang harus dijaga dengan baik dan akan dikembalikan setiap saat ketika pemilik menghendaknya.⁷⁴ *Wadi'ah yad dhamanah* merupakan bentuk titipan yang bisa diambil sewaktu-waktu oleh nasabah, di mana bank berhak mengelola dana tersebut dan bertanggung jawab atas keutuhannya. Bank dapat memberikan bonus atas penempatan dana nasabah yang besarnya sesuai dengan kebijakan bank. Adapun syarat dan ketentuan Tabungan BTN Batara, adalah sebagai berikut:⁷⁵

- a. Rekening dapat berlaku untuk Warga Negara Indonesia (WNI) maupun Warga Negara Asing (WNA).

⁷⁴BTN Syariah, Produk Tabungan BTN Batara, <https://www.btn.co.id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Product-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/produk-dana/Tabungan/Tabungan-BTN-Batara-iB>, Diakses pada Tanggal 10 Mei 2019.

⁷⁵Ainul Muhaidir, *Customer Service*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 17 April 2019.

- b. Tidak tercantum dalam daftar hitam yang masih berlaku yang diterbitkan oleh BI.
- c. Bisa untuk calon nasabah perseorangan maupun lembaga. Orang atau lembaga atas nama rekening yang dibuka bertanggung sepenuhnya terhadap segala kewajiban yang timbul dari rekening tersebut.
- d. Wajib melampirkan kelengkapan dokumen yang dibutuhkan.
- e. Rekening dinyatakan aktif dan bisa digunakan secara efektif setelah disetujui dan diaktifkan oleh bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku di bank.

Adapun persyaratan dokumen untuk nasabah yang ingin membuka rekening Tabungan BTN Batara, adalah sebagai berikut:⁷⁶

- Persyaratan dokumen *requirements*
 - a. Warga Negara Indonesia (WNI) di atas umur 17 tahun : KTP/SIM/Paspor dan NPWP.
 - b. Warga Negara Indonesia (WNI) di bawah umur 17 tahun : Kartu Pelajar, Akta Kelahiran dan Surat Pernyataan Orang Tua sebagai *beneficiary owner*.
 - c. Warga Negara Asing (WNA) : Paspor dan KITAS/KIMS (Kartu Izin Menetap Sementara) yang masih berlaku.
 - d. Minimal setoran Rp 100.000,-
- Persyaratan dokumen untuk lembaga
 - a. KTP Pejabat Berwenang.
 - b. Akta Pendirian Perusahaan.
 - c. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
 - d. Surat Izin Usaha Perusahaan (SIUP).

⁷⁶Brosur Tabungan BTN Batara.

- e. Tanda Daftar Perusahaan (TDP).
- f. Surat Izin Usaha lainnya.
- g. Minimal setoran Rp 100.000,-

Produk Tabungan BTN Batara dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dan mendapatkan fasilitas, yaitu:⁷⁷

- a. Mendapatkan bonus menarik (sesuai dengan kebijakan bank).
- b. Dapat dipotong (fasilitas autodebet) dalam perencanaan beribadah seperti Haji dan Umroh, Qurban, Zakat, Infaq dan Shadaqah.
- c. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di seluruh outlet BTN Syariah maupun BTN Konvensional yang menjadi Kantor Layanan Syariah di seluruh wilayah Indonesia.
- d. Mendapatkan Kartu Debit BTN Syariah VISA yang dapat digunakan bertransaksi di seluruh mesin ATM Bersama, Link dan Prima di seluruh Indonesia serta *merchant* berlogo VISA di seluruh dunia.

4.1.1.3 Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Prima

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai analisis SWOT pada Tabungan BTN Prima adalah:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan merupakan sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar. Kekuatan diartikan sebagai suatu kompetensi yang berbeda (*destintive competen*) yang memberikan bank BTN Syariah KCP Parepare suatu keunggulan komparatif dalam pasar. Kekuatan berkaitan dengan sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan

⁷⁷Brosur Tabungan BTN Batara.

antara pembeli/pemasok, dan faktor-faktor lain. Adapun kekuatan yang dimiliki produk Tabungan BTN Prima adalah:⁷⁸

- a. Pelayanan yang nyaman kepada nasabah, karena dana dikelola berdasarkan prinsip syariah

Bank BTN Syariah KCP Parepare suatu lembaga intermediasi atau pengalihan/penyaluran dana kepada nasabah yang dilakukan oleh lembaga keuangan sebagai mediator yaitu BTN Syariah KCP Parepare dan juga berperan dalam pengelolaan dana yang disimpan/ditabung oleh nasabah. Dimana dalam Bank Konvensional diketahui bahwa dana yang dititip oleh nasabah akan disalurkan kepada siapapun yang membutuhkan tanpa menelusuri usaha apa yang akan dijalankan, mau itu halal maupun haram. Berbeda dengan Bank Syariah yang pada prinsipnya yaitu menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah yang telah ditetapkan (al-qur'an, hadits, fatwa MUI), salah satunya bank BTN Syariah KCP Parepare. Dana dari Tabungan BTN Prima yang diinvestasikan oleh nasabah akan dikelola melalui penyaluran dana yang disalurkan kepada pihak lain yang memang benar-benar sesuai kategori syariah islam, salah satunya yaitu usaha yang dijalankan tentunya harus halal tanpa mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *maysir* (spekulasi).⁷⁹

⁷⁸Muhammad Reza, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 11 Mei 2019.

⁷⁹Muhammad Reza, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 11 Mei 2019.

b. Bagi hasil yang kompetitif

Nasabah yang menggunakan produk Tabungan BTN Prima akan mendapatkan bagi hasil yang kompetitif atas dana yang disimpan/diinvestasikan. Produk ini merupakan produk untuk nasabah/calon nasabah yang ingin menabung sekaligus berinvestasi dengan nisbah kompetitif yaitu bagi hasil yang jumlah nisbahnya setara atau lebih tinggi dibandingkan Bunga pada bank konvensional.

c. Biaya administrasi tidak ada

Nasabah pengguna produk Tabungan BTN Prima dibebaskan dari biaya administrasi layanan. Berapa pun saldo yang dimiliki nasabah dari Tabungan BTN Prima tidak mengenakan biaya administrasi sehingga dana nasabah tidak berkurang. Bagi hasil yang didapatkan nasabah secara otomatis ditambah ke saldo Tabungan BTN Prima dengan nisbah bagi hasil antara bank dan nasabah adalah 75:25. Hal ini menjadi kekuatan bagi bank BTN Syariah KCP Parepare pada produk Tabungan BTN Prima dalam menarik minat masyarakat.

d. Memiliki beberapa skema penempatan setoran dana

Bagi nasabah yang ingin membuka Tabungan BTN Prima dapat memilih salah satu skema yang disediakan oleh BTN Syariah KCP Parepare sesuai dengan keinginan dari nasabah. Hal ini yang menjadi kekuatan bagi produk Tabungan BTN Prima dalam menarik minat masyarakat.

e. Pemberian reward (hadiah) kepada nasabah

Untuk dapat menarik minat masyarakat agar tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh bank, dalam hal ini BTN Syariah KCP Parepare memberikan

reward (hadiah) pada nasabah yang memiliki Tabungan BTN Prima. Reward tersebut diberikan langsung kepada nasabah mulai dari Rp.15 juta dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan nasabah, sesuai dengan skema penempatan dana. Ini merupakan kekuatan bagi Tabungan BTN Prima untuk menarik minat masyarakat.

f. Setoran ringan

Tabungan BTN Prima memberikan keringanan dalam setoran rutin bulanan sehingga cukup banyak diminati oleh masyarakat. Dengan nominal mulai dari Rp 150.000,- sampai Rp 3.500.000,- bahkan nasabah juga dapat tidak melakukan setoran rutin bulanan yang sesuai dengan skema penempatan dana, sehingga nasabah tidak merasa terbebani untuk menyimpan dananya dalam bentuk produk Tabungan BTN Prima.

g. Pelayanan *fountliner* yang baik dan cepat

Dalam menjalankan kegiatan sehari-hari bank BTN Syariah KCP Parepare tidak terlepas dari pelayanan bank kepada nasabah. BTN Syariah KCP Parepare sangat mengutamakan kepuasan nasabahnya. Oleh karena itu, pihak bank selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik dan cepat.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Selain melihat unsur kekuatan dari produk Tabungan BTN Prima di BTN Syariah KCP Pareapare, sangat penting untuk mengetahui apa kelemahan yang dimiliki untuk melakukan perbandingan dengan produk pesaing. Adapun kelemahan yang dimiliki, adalah sebagai berikut:⁸⁰

⁸⁰Muhammad Reza, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 11 Mei 2019.

- a. Transaksi penarikan melalui ATM lain dikenai biaya

Seiring dengan kemajuan teknologi, ATM adalah sebagai produk bank yang digunakan untuk melakukan penarikan dan mengecek rekening tabungan tanpa perlu dilayani oleh *teller*. Dengan adanya mesin ATM yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin melakukan penarikan tanpa harus ke bank untuk mengantri. Namun, untuk penarikan melalui mesin ATM lain untuk produk Tabungan BTN Prima dikenai biaya sebesar Rp 6.500,- kecuali jika ada kode linknya maka tidak dikenai biaya.⁸¹

- b. Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) pada *Funding Service* (pemasaran)
Sumber daya manusia dalam hal marketing di bank BTN Syariah KCP Parepare khususnya dalam memasarkan produknya masih kurang berhubung karena bagian pemasarannya tidak ada/kosong.

3. *Opportunities* (Peluang)

Suatu peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan kerja BTN Syariah KCP Parepare. Adapun peluang yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Prima adalah sebagai berikut:⁸²

- a. Merupakan bank islam dimana setiap transaksi menggunakan akad yang berfokus pada masyarakat ingin menabung tapi takut riba
Bank konvensional diketahui dalam melakukan transaksi keuangan yaitu tanpa menggunakan akad dan berfokus pada profit (keuntungan). Sedangkan bank syariah dalam melakukan sistem operasionalnya atau transaksi keuangan

⁸¹Muhammad Reza, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 11 Mei 2019.

⁸²Muhammad Reza, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 11 Mei 2019.

berpatokan pada al-qur'an dan hadits serta fatwa MUI, sehingga bagi nasabah atau calon nasabah tidak perlu merasa ragu dengan bank syariah. Dimana bank BTN Syariah KCP Parepare melakukan investasi-investasi yang halal, berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa, profit dan *falah oriented*, hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan dan penghimpunan serta penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah (DPS). Hal tersebut dapat memberikan peluang yang sangat besar bagi BTN Syariah KCP Parepare dalam menarik masyarakat untuk menabung dan transaksi yang lainnya.

b. Memiliki potensi pasar yang baik

Peluang jasa keuangan dan ekonomi berbasis syariah terbuka lebar (bank syariah). Bank syariah memberikan produk dan jasa perbankan dengan skema keuangan yang bervariasi yang tentunya dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat baik itu untuk menabung, berinvestasi atau terhadap jasa keuangan lainnya. Dalam sistem operasionalnya menghindari kegiatan transaksi spekulatif, riba dan yang mengandung unsur penipuan. Selain itu, bank BTN Syariah KCP Parepare memiliki potensi pasar yang baik salah satunya, karena pegawai dari wilayah kerja BTN Syariah KCP Parepare mayoritas beragama islam.

c. Pertumbuhan nasabah yang cukup tinggi

Pertumbuhan nasabah di bank BTN Syariah KCP Parepare mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi ini ditunjukkan dari data terkait jumlah nasabah produk Tabungan BTN Prima dari tahun 2017 sampai tahun 2019 yaitu dari angka 1000 sampai 4000. Hal tersebut membuat BTN Syariah KCP

Parepare sangat berpeluang dalam upaya pengembangan produk-produk yang telah dikeluarkan.

d. Penempatan lokasi kantor strategis

Lokasi penempatan bank BTN Syariah KCP Parepare berada di lingkungan yang sangat strategis yaitu terletak di tengah kota dekat pusat perbelanjaan pasar senggol dan pasar lakessi di kota Parepare, serta letaknya di dekaat jalan raya. Dengan lokasi yang strategis ini dapat memberikan kemudahan akses untuk nasabah maupun calon nasabah yang ingin mencari BTN Syariah KCP Parepare.

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah rintangan-rintangan utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan dari BTN Syariah KCP Parepare. Adapun ancaman dari produk Tabungan BTN Prima adalah sebagai berikut:⁸³

a. Persaingan antar produk yang semakin ketat

Persaingan antar produk yang semakin ketat disebabkan karena nasabah sudah cukup kritis dan pandai dalam membanding-bandingkan produk perbankan yang satu dengan yang lainnya. Adanya ancaman ini dikhawatirkan akan mempengaruhi jumlah nasabah produk Tabungan BTN Prima di BTN Syariah KCP Parepare.

b. Munculnya teknologi baru yang lebih canggih

Di era saat ini teknologi sudah sangat mengalami perkembangan yang sangat canggih. Berawal dari teknologi secara manual hingga teknologi yang serba

⁸³Muhammad Reza, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 11 Mei 2019.

digital sekarang ini. Tidak dipungkiri lagi bahwa era FinTech atau *Financial Technology* ini dapat mendatangkan rasa khawatir bagi bank, alasannya teknologi telah menjamu masyarakat dengan berbagai fitur yang biasanya didapatkan dari bank. Hal ini dapat memberikan pengaruh pada pola pikir masyarakat untuk menyimpan dananya di bank terutama di BTN Syariah KCP Parepare.

4.1.1.4 Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Batara

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai analisis SWOT pada Tabungan BTN Batara adalah:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan merupakan sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar. Kekuatan diartikan sebagai suatu kompetensi yang berbeda (*destintive competen*) yang memberikan bank BTN Syariah KCP Parepare suatu keunggulan komparatif dalam pasar. Kekuatan berkaitan dengan sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan antara pembeli/pemasok, dan faktor-faktor lain. Adapun kekuatan yang dimiliki produk Tabungan BTN Batara adalah:⁸⁴

- a. Pelayanan yang nyaman kepada nasabah, karena dana dikelola berdasarkan prinsip syariah
- b. Mendapatkan bonus menarik (sesuai dengan kebijakan bank)
- c. Dapat dipotong (fasilitas autodebet) dalam perencanaan ibadah seperti Haji, Umroh, Qurban, Zakat, Infaq dan Shadaqah

⁸⁴Ainul Muhaidir, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 14 Mei 2019.

- d. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di seluruh outlet BTN Syariah/BTN Konvensional yang menjadi kantor layanan syariah di seluruh wilayah Indonesia
- e. Mendapatkan kartu Debit BTN Syariah VISA yang dapat digunakan bertransaksi di seluruh ATM bersama, Link dan Prima di seluruh Indonesia serta *merchant* berlogo VISA di seluruh dunia
- f. Nasabah dilindungi dengan asuransi jiwa dan premi asuransi ditanggung oleh bank
Menyimpan uang dalam bentuk tabungan tetap menjadi daya tarik nasabah karena dana yang disimpan ini lebih terjamin.
- g. Setoran ringan
Tabungan BTN Batara memberikan keringanan dalam setoran rutin bulanan sehingga cukup banyak diminati oleh masyarakat. Dengan nominal mulai dari Rp 50.000,- sehingga nasabah tidak merasa terbebani untuk menyimpan dananya dalam bentuk produk Tabungan BTN Batara.
- h. Pelayanan *fountliner* yang baik dan cepat
Dalam menjalankan kegiatan sehari-hari bank BTN Syariah KCP Parepare tidak terlepas dari pelayanan bank kepada nasabah. BTN Syariah KCP Parepare sangat mengutamakan kepuasan nasabahnya. Oleh karena itu, pihak bank selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik dan cepat.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Selain melihat unsur kekuatan dari produk Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare, sangat penting untuk mengetahui apa kelemahan yang

dimiliki untuk melakukan perbandingan dengan produk pesaing. Adapun kelemahan yang dimiliki, adalah sebagai berikut:⁸⁵

- a. Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) pada bagian pemasaran
- b. Transaksi penarikan melalui ATM lain dikenai biaya

Seiring dengan kemajuan teknologi, ATM adalah sebagai produk bank yang digunakan untuk melakukan penarikan dan mengecek rekening tabungan tanpa perlu dilayani oleh *teller*. Dengan adanya mesin ATM yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin melakukan penarikan tanpa harus ke bank untuk mengantri. Namun, untuk penarikan melalui mesin ATM lain untuk produk Tabungan BTN Batara dikenai biaya sebesar Rp 6.500,- kecuali jika ada kode linknya (logo bersama) maka tidak dikenai biaya.

- c. Bonus atas Tabungan BTN Batara tidak menentu

Tabungan BTN Batara merupakan produk tabungan yang menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* (titipan) dimana dalam hal ini dana yang dititipkan oleh nasabah itu akan disalurkan kepada pihak ketiga yang membutuhkan atas dasar kesepakatan antara nasabah dengan bank. Apabila ada bagi hasil yang diterima oleh bank dari pihak ketiga atas dana yang telah dikelola maka nasabah (penabung) akan mendapatkan bonus, tapi jika bank tidak mendapatkan profit maka nasabah (penabung) juga tidak menerima bonus. Jadi bonus tersebut bersifat tidak menentu.⁸⁶

⁸⁵Ainul Muhaidir, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 14 Mei 2019.

⁸⁶Ainul Muhaidir, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 14 Mei 2019.

3. *Opportunities* (Peluang)

Suatu peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan kerja BTN Syariah KCP Parepare. Adapun peluang yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Batara adalah sebagai berikut:⁸⁷

- a. Potensi pasar yang baik
- b. Pertumbuhan nasabah yang cukup tinggi
- c. Penempatan lokasi yang strategis

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah rintangan-rintangan utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan dari BTN Syariah KCP Parepare. Adapun ancaman dari produk Tabungan BTN Batara adalah sebagai berikut:⁸⁸

- a. Adanya produk-produk lain dari lembaga keuangan syariah/konvensional yang sejenis dengan produk Tabungan BTN Batara
- b. Strategi bisnis yang mudah ditiru

Strategi bisnis yang digunakan oleh BTN Syariah KCP Parepare dalam memasarkan produk Tabungan BTN Batara sangat mudah untuk ditiru oleh pesaing, karena strateginya mudah untuk dilakukan.

4.1.1.5 Strategi Pengembangan Produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis dari faktor eksternal dan internal kedua produk tersebut maka BTN Syariah KCP Parepare dapat melakukan

⁸⁷Ainul Muhaidir, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 14 Mei 2019.

⁸⁸Ainul Muhaidir, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 14 Mei 2019.

formulasi arah strategi pengembangan produk yang digunakan yang dilihat dari Matrik SWOT. Matrik SWOT yang dikembangkan untuk menghasilkan beberapa strategi untuk mengembangka produknya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Matrik SWOT
Tabungan BTN Prima

IFAS	STRENGTHS	WEAKNESSES
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dana dikelola berdasarkan prinsip syariah 2. Bagi hasil yang kompetitif 3. Biaya administrasi tidak ada 4. Memiliki beberapa skema penempatan setoran dana 5. Pemberian <i>reward</i> (hadiah) kepada nasabah 6. Setoran ringan 7. Pelayanan <i>fountliner</i> yang baik dan cepat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya SDM bagian pemasaran 2. Penarikan melalui mesin ATM lain dikenai biaya
OPPORTUNITIES	S-O	W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank islam tanpa riba (bunga) 2. Memiliki potensi pasar yang baik 3. Pertumbuhan nasabah yang cukup tinggi 4. Penempatan lokasi kantor strategis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas produk 2. Mengembangkan produk sesuai kebutuhan pasar 3. Meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga image baik bank dengan menjaga kepercayaan nasabah 2. Meningkatkan kualitas SDM bagian pemasaran
THREATS	S-T	W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan antar produk yang semakin 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jejaring dengan perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengurangi biaya penarikan melalui

ketat	atau instansi	mesin ATM lain
2. Munculnya teknologi baru yang lebih canggih	2. Memberikan kesan menarik pada produk yang ditawarkan 3. Melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat	

Berdasarkan analisis tersebut di atas menunjukkan bahwa kinerja BTN Syariah KCP Parepare dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO (mendukung strategi *growth*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.⁸⁹ Strategi SO yang dilakukan oleh BTN Syariah KCP Parepare adalah sebagai berikut:

a. Mempertahankan kualitas produk

Salah satu cara yang sangat efektif untuk mendukung bank dalam menghasilkan produk-produk yang berkualitas, yaitu melalui manajemen kualitas serta penerapan manajemen secara tepat akan membantu bank menghasilkan produk yang diakui kualitasnya oleh nasabah.⁹⁰

b. Mengembangkan produk sesuai kebutuhan pasar

Produk yang ditawarkan oleh BTN Syariah KCP Parepare sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Perlu diingat bahwa produk mempunyai alur hidup, lahir, tumbuh atau berkembang, matang dan mati. Oleh karena itu

⁸⁹Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 84.

⁹⁰Muhammad Reza, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 11 Mei 2019.

jangan sampai produk tersebut mati sebelum waktunya, sehingga pihak bank perlu melakukan inovasi-inovasi terhadap produk bank agar tetap mempunyai nilai jual yang baik.⁹¹

c. Meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah

2. Strategi ST (mendukung strategi diversifikasi)

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.⁹² Adapun strategi ST yang digunakan oleh BTN Syariah KCP Parepare adalah sebagai berikut:

- a. Memperluas jejaring dengan perusahaan atau instansi
- b. Memberikan kesan menarik pada produk yang ditawarkan
- c. Melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat

3. Strategi WO (mendukung strategi *turn around*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.⁹³ Adapun strategi WO yang digunakan oleh BTN Syariah KCP Parepare adalah sebagai berikut:

- a. Menjaga image baik bank dengan menjaga kepercayaan nasabah
- b. Meningkatkan kualitas SDM bagian pemasaran

4. Strategi WT (mendukung strategi defensif)

⁹¹Muhammad Reza, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 11 Mei 2019.

⁹²Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 84.

⁹³Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 84.

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif fsn berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.⁹⁴ Adapun strategi WT yang digunakan oleh BTN Syariah KCP Parepare adalah sebagai berikut:

- a. Mengurangi biaya penarikan melalui mesin ATM lain

Tabel 4.2 Matrik SWOT
Tabungan BTN Batara

IFAS	STRENGTHS	WEAKNESSES
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dana dikelola berdasarkan prinsip syariah 2. Mendapatkan bonus menarik (sesuai dengan kebijakan bank) 3. Dapat dipotong (fasilitas autodebet) dalam perencanaan ibadah 4. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di seluruh outlet BTN Syariah maupun BTN Konvensional yang menjadi kantor layanan syariah di seluruh wilayah Indonesia 5. Mendapatkan Kartu Debit BTN Syariah VISA 6. Nasabah dilindungi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya SDM (<i>funding service/marketing</i>) 2. Transaksi penarikan melalui ATM lain dikenai biaya 3. Bonus tidak menentu

⁹⁴Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 84.

	dengan asuransi jiwa dan premi asuransi 7. Setoran ringan 8. Pelayanan <i>fountliner</i> yang baik dan cepat	
OPPORTUNITIES	S-O	W-O
1. Potensi pasar yang baik 2. Pertumbuhan nasabah yang cukup tinggi 3. Penempatan lokasi yang strategis	1. Mempertahankan kualitas produk 2. Memberikan pelayanan yang prima (pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan) 3. Mengembangkan produk sesuai permintaan pasar	1. Meningkatkan kualitas SDM bagian pemasaran untuk merekrut pegawai yang kompeten 2. Mengurangi penarikan melalui ATM lain
THREATS	S-T	W-T
1. Adanya produk-produk lain dari lembaga keuangan syariah/konvensional yang sejenis dengan produk Tabungan BTN Batara 2. Strategi bisnis yang mudah ditiru	1. Memberikan kesan yang menarik pada produk yang ditawarkan 2. Menerapkan pemasaran jemput bola 3. Melakukan kegiatan <i>social education</i> kepada masyarakat	1. Menciptakan produk yang memiliki ciri khas tersendiri yang lain dari produk yang sejenis 2. Menetapkan strategi bisnis baru yang lebih inovatif, kreatif, efektif dan efisien

Berdasarkan analisis tersebut di atas menunjukkan bahwa kinerja BTN Syariah KCP Parepare dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO (mendukung strategi *growth*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.⁹⁵ Strategi SO yang dilakukan oleh BTN Syariah KCP Parepare adalah sebagai berikut:

a. Mempertahankan kualitas produk

Salah satu cara yang sangat efektif untuk mendukung bank dalam menghasilkan produk-produk yang berkualitas, yaitu melalui manajemen kualitas serta penerapan manajemen secara tepat akan membantu bank menghasilkan produk yang diakui kualitasnya oleh nasabah.⁹⁶

b. Memberikan pelayanan yang prima (pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan nasabah)

Peningkatan kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan untuk menarik simpatik nasabah maupun calon nasabah. Walaupun bisa pelayanan yang diberikan oleh BTN Syariah KCP Parepare kepada nasabahnya mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan pelayanan bank konvensional. Sehingga rasa kepercayaan nasabah terhadap bank semakin meningkat, dan pada akhirnya loyalitas kepada nasabah juga meningkat. Selain itu bank juga bisa menarik nasabah baru yang menjadi target sasarannya.⁹⁷

⁹⁵Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 84.

⁹⁶Ainul Muhaidir, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 14 Mei 2019.

⁹⁷Ainul Muhaidir, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 14 Mei 2019.

c. Mengembangkan produk sesuai permintaan pasar

Produk yang ditawarkan oleh BTN Syariah KCP Parepare hendaknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Perlu diingat bahwa produk mempunyai daur hidup, lahir, tumbuh atau berkembang, matang dan mati. Oleh karena itu jangan sampai produk Tabungan BTN Batara mengalami penurunan (mati), sehingga pihak bank perlu melakukan inovasi-inovasi terhadap produk tersebut agar tetap mempunyai nilai jual yang baik kepada nasabah.⁹⁸

2. Strategi ST (mendukung strategi diversifikasi)

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.⁹⁹ Adapun strategi ST yang digunakan oleh BTN Syariah KCP Parepare adalah sebagai berikut:

a. Memberikan kesan yang menarik pada produk yang ditawarkan

Agar dapat menarik minat nasabah untuk menabung di bank BTN Syariah KCP Parepare dengan memberikan kesan yang menarik pada produk yang ditawarkan. Salah satu cara untuk memberikan kesan yang menarik pada produk yang ditawarkan yaitu memberikan hadiah khusus dan dicantumkan dalam brosur produk. Hal ini juga dapat menambah ciri khas dan daya Tarik tersendiri bagi nasabah/calon nasabah.

b. Menerapkan pemasaran jempot bola

⁹⁸Ainul Muhaidir, *Operation*, Kota Parepare Kec. Soreang, SulSel, wawancara oleh penulis di Parepare, 14 Mei 2019.

⁹⁹Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 84.

Strategi ini perlu terus dikembangkan dalam rangka mencari nasabah sebanyak mungkin yaitu dengan mendatangi secara langsung nasabah/calon nasabah untuk menawarkan produk. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang belum banyak mengenal adanya bank BTN Syariah KCP Parepare. Strategi ini dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan posisi pasar yang ada.

c. Melakukan kegiatan *social education* kepada masyarakat

Agar produk dari BTN Syariah KCP Parepare lebih dikenali dan dipahami oleh masyarakat bank BTN Syariah harus melakukan kegiatan *social education* kepada masyarakat khususnya di Kota Parepare.

3. Strategi WO (mendukung strategi *turn around*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.¹⁰⁰ Adapun strategi WO yang digunakan oleh BTN Syariah KCP Parepare adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas SDM bagian pemasaran untuk merekrut pegawai yang kompeten.
- b. Mengurangi penarikan melalui ATM lain

4. Strategi WT (mendukung strategi defensif)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif fsn berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.¹⁰¹ Adapun

¹⁰⁰Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis “Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI”* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 84.

¹⁰¹Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis “Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI”* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 84.

strategi WT yang digunakan oleh BTN Syariah KCP Parepare adalah sebagai berikut:

- a. Menetapkan strategi bisnis baru yang lebih inovatif, kreatif, efisien dan efektif. Strategi bisnis baru yang efektif dan efisien perlu ditetapkan guna untuk memahami perubahan selera dari nasabah/calon nasabah.
- b. Menciptakan produk yang memiliki ciri khas tersendiri yang lain dari produk yang sejenis.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya mengenai analisis SWOT pada produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di BTN Syariah KCP Parepare, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

5.1.1 Masing-masing produk yaitu Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara memiliki faktor internal dan faktor eksternal yang berbeda. Namun, terdapat faktor yang sering muncul baik itu dari segi internal maupun eksternal. Kedua produk tersebut memiliki point yang unggul dari sisi kekuatan (*strengths*) dalam hal pengelolaan dana berdasarkan prinsip syariah (tanpa unsur *riba*, *gharar* dan *maysir*). Sedangkan dari segi faktor kelemahan (*weaknesses*) kedua produk tersebut memiliki kualitas rendah pada sumber daya manusia di bidang pemasaran (*funding service*) yang tidak memadai dan transaksi penarikan melalui ATM yang lain dikenai biaya. Analisis faktor eksternal dari segi peluang (*opportunities*), kedua produk tersebut memiliki jumlah nasabah (peminat) yang menduduki porsi terbanyak dilihat dari data yang telah diperoleh oleh peneliti, memiliki potensi pasar yang baik dan merupakan bank islam yang berbasis syariah, sehingga dengan adanya peluang tersebut bank BTN Syariah KCP Parepare memiliki peluang yang besar untuk lebih mengembangkan produknya. Sedangkan dari segi faktor ancaman (*threats*), yaitu kedua produk tersebut memiliki persaingan yang

ketat dengan adanya produk-produk dari lembaga lain yang sejenis produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara.

- 5.1.2 Berdasarkan hasil dari matrik SWOT, maka strategi pengembangan produk yang digunakan oleh bank BTN Syariah KCP Parepare untuk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara adalah strategi SO yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang yang sebesar-besarnya dengan cara mempertahankan kualitas produk dan melakukan pengembangan produk yang lebih efektif dan efisien serta meningkatkan kualitas pelayan prima agar cepat tanggap dalam merespon nasabah. Strategi WO yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk merekrut pegawai yang kompeten dan menjaga image baik bank dengan menjaga kepercayaan nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 5.2.1 Bank BTN Syariah KCP Parepare memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kinerja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilakukan adalah meningkatkan dan memperbesar peranan bank BTN Syariah dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang yang ada. Dengan itu penulis memberikan saran untuk menggunakan strategi SO dan strategi WO. Pemilihan strategi ini akan berusaha untuk memiliki keunikan pada dimensi tertentu dari produk

yang dikeluarkan, dimana hal tersebut akan dianggap memiliki nilai yang tinggi di mata masyarakat.

- 5.2.2 Bank BTN Syariah KCP Parepare harus lebih pro-aktif kepada masyarakat dengan cara meningkatkan kualitas dari Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara baik itu dari segi kualitas sumber daya manusia dalam merekrut pegawai khususnya pada bagian pemasaran karena dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti melalui *customer service* dan *operation* menyatakan bahwa pada bagian pemasaran lagi kosong (tidak ada), maupun layanan yang berbasis teknologi.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al-Qur'an dan Terjemah. Kementerian Agama RI.
- Ascarya dan Diana Yumanita. 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.
- al-Banjari, Fauzan. *Panduan Penulisan Akad Bisnis Syariah (20 Jenis Akad Bisnis Syariah, Legalitas Akad Bisnis Syariah di Indonesia, 5 Kaidah dan 9 Format Dasar Penulisan Akad Bisnis Syariah, 9 Contoh Draft Jadi Akad Bisnis Syariah)*. Banjarmasin: Klinik Bisnis Syariah.
- Bungin, Burhan. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif (Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humoria)*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Dendawijaya, Lukman. 2005. *Manajemen Perbankan*. Ciawi Bogor: Ghalia Indonesia.
- Fahmi, Irham. 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip. 1987. *Marketing*. Surabaya: Erlangga.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Marimin. 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Bogor: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosda Karya.
- Mulyawan, Dedi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif "Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya"*. Bandung: PT. Remaja Rosdaya Karya.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2018. *Statistik Perbankan Syariah (Sharia Banking Statistics)*. Jakarta: Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan.

- Rukmana, Amir Machmud. 2010. *Bank Syariah (Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.
- Rozalinda. 2016. *Fikih Ekonomi Syariah “Prinsip Dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah”*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Personal SWOT Analysis “Peluang di Balik Setiap Kesulitan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy, 2016. *SWOT Balanced Scorecard “Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko”*. Jakarta: PT GRamedia Pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Stanton, J William. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Silalahi, Gabriel Amin. 2003. *Metode Penelitian dan Study Kasus*. Sidoarjo: CV. Mitra Media.
- Tantri, Francis. 2014. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah di Indonesia “Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia”*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Skripsi:**
- Hafiz, Abdul. 2018. “Analisis SWOT Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pondok Indah”. Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Febriani, Fauziah. 2018. “Ananlisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banyumas Ajibarang (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan iB BRI Syariah)”. Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN: Purwokerto.
- Midawiah. 2012. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Makassar”. (Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin: Makassar.

Masruroh, Umi. 2015. "Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Tabungan Batara iB (Studi Kasus pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)". Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo: Semarang.

Novianti, Metty. 2016. "Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera iB BTN Syariah Ditinjau dari Analisis SWOT (Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)". Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo: Semarang.

Jurnal:

Suardi, Weman. 2005. "Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan." *Ilmiah Ranggading* 5. no.1.

Suhartini. 2012. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Perusahaan." *Matrik Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Gresik* 12, no. 2.

Tamara, Angelica. 2016. "Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mandiri, Tabungan Bisnis." *Bisnis dan Manajemen* 4, no. 3.

Wilardjo, Setia Budi. 2005. "Pengertian Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia." *Studi Islam* 2, no.1.

Fatwa:

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan. Diakses pada Tanggal 14 Desember 2018.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Mudharabah (Qiradh). Diakses pada Tanggal 14 Desember 2018.

Internet:

Akhmad. 2016. *Definisi Kerangka Pikir*. <http://www.scribd.com/doc/306634326/Definisi-Kerangka-Pikir#> (diakses pada tanggal 04 Desember 2018).

Mahendradicky. 2012. *Inovasi Produk Syariah dari Aspek Pengembangan Fikih Muamalah*. <http://mahendradicky.blogspot.co.id/2012/01/inovasi-produk-perbankan-syariah-dari.html>, Diakses pada tanggal 22 Mei 2019.

Zahidi, Syukron. 2014. *Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats)*. <http://izzaucon.blogspot.com/2014/06/analisi-swot-strengths-weaknesses-opportunities-threats.html>, Diakses pada tanggal 07 Desember 2018.

<http://www.btn.co.id>, Diakses pada Tanggal 29 April 2019.

<http://www.btn.co.id/id/Syariah/Tentang-Kami/Profil-BTN-Syariah>, Diakses pada Tanggal 27 April 2019.

https://www.id.wikipedia.org/wiki/Bank_BTN_Syariah, Diakses pada tanggal 07 Desember 2018.

<http://www.btn.co.id/Syariah-Home/Syariah-Data-Source/Product-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/produk-dana/Tabungan/Tabungan-BTN-Batara-iB>, Diakses pada Tanggal 10 Mei 2019.





DATA OBSERVASI

No	Unsur Yang Diteliti	Ya	Tidak
1	Produk Tabungan BTN Prima	✓	
2	Produk Tabungan BTN Batara	✓	



DAFTAR WAWANCARA

PERTANYAAN UNTUK TABUNGAN BTN PRIMA

1. Apa saja kekuatan (*strengths*) yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Prima? Jelaskan!
2. Apa saja kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Prima? Jelaskan!
3. Apa saja peluang (*opportunities*) yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Prima? Jelaskan!
4. Apa saja ancaman (*threats*) yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Prima? Jelaskan!
5. Strategi pengembangan produk apa yang digunakan untuk produk Tabungan BTN Prima jika ditentukan dari analisis matrik SWOT?

PERTANYAAN UNTUK TABUNGAN BTN BATARA

6. Apa saja kekuatan (*strengths*) yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Batara? Jelaskan!
7. Apa saja kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Batara? Jelaskan!
8. Apa saja peluang (*opportunities*) yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Batara? Jelaskan!
9. Apa saja ancaman (*threats*) yang dimiliki dari produk Tabungan BTN Batara? Jelaskan!
10. Strategi pengembangan produk apa yang digunakan untuk produk Tabungan BTN Batara jika ditentukan dari analisis matrik SWOT?

TRANSKRIP WAWANCARA

INFORMAN 1

Tanggal Wawancara : 11 Mei 2019

Tempat/Waktu : Bank BTN Syariah KCP Parepare

IDENTITAS INFORMAN 1

1. Nama : Muhammad Reza
2. Umur : 31 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Alamat : Makassar
5. Pekerjaan : Operation

HASIL WAWANCARA

⇒ TABUNGAN BTN PRIMA

1. Yang menjadi kekuatan (*strengths*) dari Tabungan BTN Prima adalah:
 - a. Pelayanan yang nyaman kepada nasabah, karena dana dikelola berdasarkan prinsip syariah
 - b. Bagi hasil yang kompetitif
 - c. Biaya administrasi tidak
 - d. Memiliki beberapa skema penempatan setoran dana
 - e. Pemberian reward (hadiah) kepada nasabah
 - f. Setoran ringan
 - g. Pelayanan *fountliner* yang baik
2. Adapun kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki dari Tabungan BTN Prima adalah:
 - a. Kurangnya promosi

- b. Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) pada bagian *fundig service* (pemasaran)
 - c. Belum tersebar di berbagai pelosok desa
3. Adapun peluang (*opportunities*) yang dimiliki dari Tabungan BTN Prima adalah:
 - a. Merupakan bank Islam dimana setiap transaksi menggunakan akad yang berfokus pada masyarakat ingin menabung tapi takut riba
 - b. Memiliki potensi pasar yang baik
 - c. Pertumbuhan nasabah yang cukup tinggi
 - d. Penempatan lokasi kantor strategis
4. Adapun ancaman (*threats*) yang dimiliki dari Tabungan BTN Prima adalah:
 - a. Kurangnya kepercayaan masyarakat pada bank syariah
 - b. Kurangnya antusias masyarakat
 - c. Persaingan antar produk yang semakin ketat
 - d. Munculnya teknologi baru yang lebih canggih
5. Pak, apakah betul dana dari tabungan nasabah betul disalurkan berdasarkan prinsip syariah yaitu terhindar dari *riba*, *gharar* dalam artian usaha tersebut mengandung unsur penipuan atau yang biasa dikenal dengan spekulasi dan *maysir* artinya adanya ketidakjelasan?

⇒ Iya betul bahwa dana nasabah dikelola sesuai dengan prinsip syariah, karena sebelum kami menyalurkan dana tersebut baik itu dalam bentuk pembiayaan maupun pinjaman pihak bank akan menelusuri latar belakang calon penerima dana/pinjaman, menelusuri usaha apa yang ingin dilakukan dari dana yang disalurkan, apakah itu sesuai dengan kriteria penerima dana yang berdasarkan

prinsip syariah. Dan tentunya antara kami dan nasabah itu saling terbuka, tidak ada unsur untuk saling merugikan satu sama lain.

6. Jadi Pak, bagaimana cara masyarakat mengenal produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara dan kedua produk ini lebih unggul serta mengalami perkembangan nasabah yang cukup signifikan. Padahal sumber daya manusia pada bagian pemasaran lagi kosong dalam artian tidak ada yang menempati?
 - ⇒ Iya memang saat ini bagian pemasaran tidak ada yang menempati. Tapi karena semua pegawai mulai dari kepala cabang sampai OB ikut dalam memasarkan produk tersebut, sehingga Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara memiliki nasabah yang cukup banyak.
7. Pak, kalau penarikan melalui mesin ATM lain untuk produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara apakah itu akan dikenai biaya atau tidak?
 - ⇒ Iya untuk penarikan untuk kedua produk itu dikenai biaya sebesar Rp 6.500,- tapi kalau sesama ATM BTN dan BUMN yang memiliki kode link bersama itu tidak akan dikenai biaya sepeserpun.
8. Bagaimana Pak dengan bagi hasil yang akan diterima oleh nasabah, berapa persen untuk pihak bank dan berapa persen untuk nasabah sendiri?
 - ⇒ Bagi hasil yang didapatkan oleh nasabah adalah bagi hasil yang kompetitif dalam artian bahwa bagi hasil yang jumlah nisbahnya setara atau lebih tinggi dibandingkan bunga pada bank konvensional yaitu 75:25 (bank syariah:nasabah).
9. Bagaimana dengan setoran tiap bulannya Pak, apakah ada ketentuan bahwa mulai dari sekian sampai sekian yang disetor oleh nasabah atau bagaimana Pak?

⇒ Jadi bagi penggunaan tabungan prima itu kami memberikan keringanan dalam setoran rutin, nominal mulai dari Rp 150.000,- sampai Rp 3.500.000,- bahkan nasabah juga dapat tidak melakukan setoran rutin bulanan, sehingga nasabah kami tidak merasa terbebani untuk menyimpan dananya.

10. Strategi pengembangan produk yang digunakan pada Tabungan BTN Prima adalah strategi SO yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya dengan cara mempertahankan kualitas produk, mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar dan meningkatkan kualitas pelayanan serta memberikan respon yang cepat kepada nasabah. Kemudian strategi yang kedua adalah strategi ST yaitu menggunakan kekuatan yang kami miliki untuk mengantisipasi masalah atau ancaman yang ada dengan cara memperluas jejaring dengan perusahaan atau instansi, memberikan kesan menarik pada produk yang ditawarkan, serta melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat. Strategi yang ketiga adalah strategi WO yaitu kami memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan melalui peningkatan upaya promosi yang lebih efektif, meningkatkan kualitas SDM bagian pemasaran dan meningkatkan pembukaan unit BTN Syariah agar dapat dikenali lebih dalam oleh masyarakat. Strategi yang keempat adalah strategi WT yaitu meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman melalui peningkatan promosi melalui berbagai media dan memanfaatkan teknologi dalam upaya promosi maupun pengembangan produk.

TRANSKRIP WAWANCARA

INFORMAN 2

Tanggal Wawancara : 14 Mei 2019

Tempat/Waktu : Bank BTN Syariah KCP Parepare

IDENTITAS INFORMAN

6. Nama : Ainul Muhaidir
7. Umur : 23 Tahun
8. Jenis Kelamin : Laki-laki
9. Alamat : Makassar
10. Pekerjaan : Customer Service

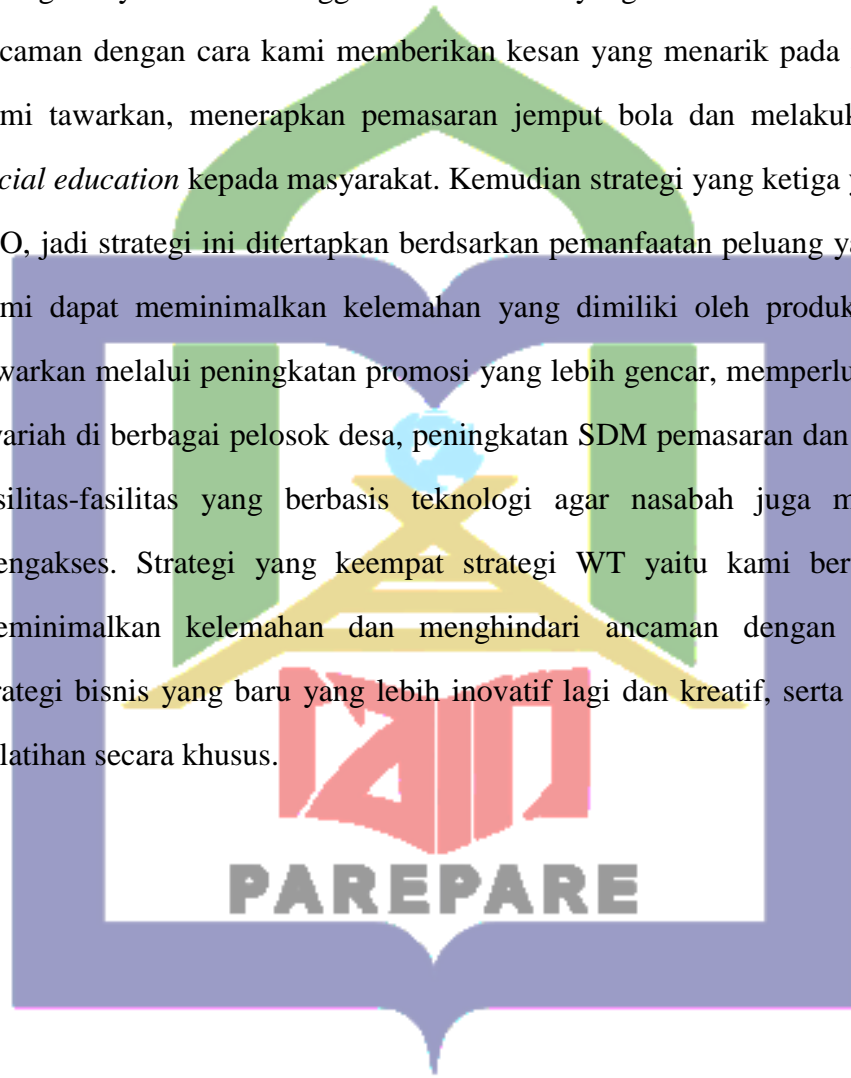
HASIL WAWANCARA

⇒ TABUNGAN BTN BATARA

1. Adapun kekuatan (*strengths*) yang dimiliki dari Tabungan BTN Batara adalah:
 - a. Pelayanan yang nyaman kepada nasabah, karena dana dikelola berdasarkan prinsip syariah
 - b. Mendapatkan bonus menarik (sesuai dengan kebijakan bank)
 - c. Dapat dipotong (fasilitas autodebet) dalam perencanaan ibadah seperti Haji, Umroh, Qurban, Zakat, Infaq dan Shadaqah
 - d. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di seluruh outlet BTN Syariah/BTN Konvensional yang menjadi kantor layanan syariah di seluruh wilayah Indonesia
 - e. Mendapatkan kartu Debit BTN Syariah VISA yang dapat digunakan bertransaksi di seluruh ATM bersama, Link dan Prima di seluruh Indonesia serta *merchant* berlogo VISA di seluruh dunia

- f. Nasabah dilindungi dengan asuransi jiwa dan premi asuransi ditanggung oleh bank
 - g. Setoran ringan
 - h. Pelayanan *fountliner* yang baik
2. Adapun kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki dari Tabungan BTN Batara adalah:
- a. Unit dari cabang belum tersebar secara merata
 - b. Kurangnya promosi
 - c. Kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) pemasaran
3. Adapun peluang (*opportunities*) yang dimiliki dari Tabungan BTN Batara adalah:
- a. Memiliki potensi pasar yang baik
 - b. Pertumbuhan nasabah yang cukup tinggi
 - c. Penempatan lokasi kantor strategis
4. Adapun ancaman (*threats*) yang dimiliki dari Tabungan BTN Batara adalah:
- a. Adanya produk-produk lain dari lembaga keuangan syariah/konvensional yang sejenis dengan produk Tabungan BTN Batara
 - b. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah
 - c. Strategi bisnis yang mudah ditiru
 - d. Kurangnya antusias masyarakat
5. Strategi pengembangan produk yang digunakan pada Tabungan BTN Batara jika dilihat dari beberapa kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang saya jelaskan tadi adalah strategi SO yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan dengan cara mempertahankan kualitas produk, memberikan pelayanan yang prima (jadi

pelayanan prima yang saya maksudkan disini adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas sesuai dengan harapan dan kepuasan nasabah kami) dan mengembangkan produk sesuai permintaan pasar. Strategi yang kedua adalah strategi ST yaitu kami menggunakan kekuatan yang kami miliki untuk mengatasi ancaman dengan cara kami memberikan kesan yang menarik pada produk yang kami tawarkan, menerapkan pemasaran jemput bola dan melakukan kegiatan *social education* kepada masyarakat. Kemudian strategi yang ketiga yaitu strategi WO, jadi strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada agar kami dapat meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh produk yang kami tawarkan melalui peningkatan promosi yang lebih gencar, memperluas unit BTN Syariah di berbagai pelosok desa, peningkatan SDM pemasaran dan peningkatan fasilitas-fasilitas yang berbasis teknologi agar nasabah juga mudah untuk mengakses. Strategi yang keempat strategi WT yaitu kami berusaha untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dengan menetapkan strategi bisnis yang baru yang lebih inovatif lagi dan kreatif, serta memberikan pelatihan secara khusus.



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

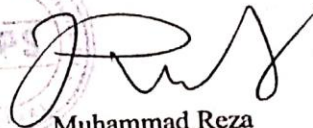
Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhammad Reza
Tempat/Tanggal Lahir : Maros, 11-07-1987
Pekerjaan : *Operation*
Alamat : Makassar

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada Saudari **Desi Ratnasari** yang sedang melaksanakan penelitian berkaitan dengan "**Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare (Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 27 Mei 2019


Muhammad Reza
Operation

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

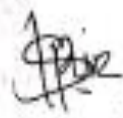
Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ainal Muha'idir
Tempat/Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 13-01-1996
Pekerjaan : *Customer Service*
Alamat : Makassar

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada Saudari Desi Ratnasari yang sedang melaksanakan penelitian berkaitan dengan "Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare (Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 27 Mei 2019


Ainal Muha'idir
Customer Service



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B/Se /In.39/Febr/03/2019

Lampiran : -

M a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP)
di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : DESI RATNASARI
Tempat/Tgl. Lahir : LANGNGA, 17 Oktober 1997
NIM : 15.2300.154
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JALAN GELATIK KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"ANALISIS SWOT PADA PRODUK TABUNGAN BTN PRIMA DAN TABUNGAN BTN BATARA DI BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH KCP PAREPARE (Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Maret sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kersama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

27 Maret 2019



Muhammad Kamal Zubair



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jalan Veteran Nomor 28, Parepare Telp. (0421) 23594, Fax (0421) 27719, Kode Pos 91111
 Email : dpnptsp@pareparekota.go.id; Website : www.dpnptsp.pareparekota.go.id
PAREPARE

Nomor : 159/IPM/DPM-PTSP/3/2019
 Lampiran : --
 Perihal : **Izin Penelitian**

Parepare, 28 Maret 2019
 Yth. Pimpinan BTN Syariah KCP Parepare

Di -
 Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Peraturan Walikota Parepare No.39 Tahun 2017 tentang Pelimpahan Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare
6. Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 432/In.39/feb/03/2019 tanggal 27 Maret 2019 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, Pemerintah Kota Parepare (Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare) dapat memberikan Izin Penelitian kepada :

N a m a : Desi Ratnasari
Tempat/Tgl. Lahir : Langga / 17/10/1997
Jenis Kelamin : Wanita
Pekerjaan / Pendidikan : Mahasiswa / S1
Program Studi : Perbankan Syariah
A l a m a t : Jalan Gelatik Lorong Masjid Al-Irsyad
 Kel. Ujung Baru & Kec. Soreang
 Kota Parepare
 91131

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :

Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare (Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)

Selama : TMT 01/04/2019 S/D 31/05/2019
Pengikut/Peserta : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera dibelakang Surat Izin Penelitian ini.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.



Kepala Dinas Penanaman Modal
 Dan Pelayanan Terpadu Satu
 Pintu Kota Parepare



HI. ANDI RUSIA, SH., MH
 Pangkat Pembina Utama Muda
 NIP.19620915 198101 2 001

TEMBUSAN : Kepada Yth.

- 1 Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
- 2 Walikota Parepare di Parepare
- 3 Perbankan Syariah
- 4 Saudara Desi Ratnasari
- 5 Arsip.



SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang Bertandatangan di bawah ini Sub Branch Manager BTN Syariah KCPS Parepare, menerangkan bahwa :

Nama : Desi Ratnasari
 NIM : 15.2300.154
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
 Judul skripsi : Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Parepare (Studi Pengembangan Produk di BTNSyariah KCPS Parepare)

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Bank BTN Syariah KCPS Parepare pada tanggal 1 April 2019 s.d tanggal 31 Mei 2019

Surat keterangan ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya

Pare pare, 31 Maret 2019



Hendra Susanto
 Sub Branch Manager

DOKUMENTASI



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DESI RATNASARI, Lahir di Langnga Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang pada tanggal 17 Oktober 1997. Anak ke dua dari tiga bersaudara. Anak dari pasangan Ridwan H. Makki dan Sakka. Peneliti menyelesaikan pendidikan di TK Pertiwi Langnga Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang pada tahun 2001, kemudian melanjutkan pendidikan di SDN 232 Langnga Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang tahun 2004. Pada tahun 2012 peneliti menyelesaikan pendidikan tingkat SMP di SMPN 1 Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang, kemudian melanjutkan pendidikan di MA DDI Lil-Banat Ujung Lare Kota Parepare pada tahun 2013 dan tamat pada tahun 2015. Pada tahun 2015 peneliti melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.