

STRATEGI PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN PADA
BANK SYARIAH INDONESIA KCP TASIKMALAYA SINGAPARNA

Cecep Sudrajat¹, Wildan Azka Nurseha²

^{1,2}Universitas Islam Kh Ruhiat Cipasung, Tasikmalaya
csudra30@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan jumlah nasabah pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singapura. dikarenakan tidak stabil atau mengalami peningkatan dan penurunan jumlah nasabah pembiayaan dalam beberapa tahun terakhir. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan metode analisis kualitatif yaitu dengan menggunakan analisa deskriptif. Dalam menentukan strategi yang digunakan, peneliti menggunakan analisis SWOT dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singapura. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan jumlah nasabah pembiayaan melalui, 1) memperkenalkan keunggulan dari produk pembiayaan BSI, 2) menambah variasi-variasi pada produk, 3) memperkuat image dimata masyarakat dalam etika pelayanan nasabah.

Kata kunci: BSI, Nasabah, Pembiayaan

Abstract

This research aims to find out how the strategy is to increase the number of financing customers at the Indonesian Sharia Bank KCP Tasikmalaya Singapura. because it is unstable or has experienced an increase and decrease in the number of financing customers in recent years. The type of research used is the method of qualitative analysis, namely by using descriptive analysis. In determining the strategy used, researchers used SWOT analysis in an effort to increase the number of financing customers at the Indonesian Sharia Bank KCP Tasikmalaya Singapura. The results of the research show that the strategy to increase the number of financing customers is through, 1) introducing the advantages of BSI financing products, 2) adding product variations, 3) strengthening the image in the eyes of the public in terms of customer service ethics.

Keywords: BSI, Customer, Financing

PENDAHULUAN

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah (Andri Soemitra, 2010). Bank Syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan serta pengawasan. bank syariah berbeda dengan bank konvensional. Pengawasan perbankan islam mencakup dua hal, yaitu pertama pengawasan dari aspek keuangan, kepatuhan pada perbankan secara umum dan prinsip kehati-hatian bank. Kedua pengawasan prinsip syariah dalam kegiatan operasional bank. Secara struktural kepengurusan bank syariah terdiri dari Dewan

Komisaris dan Direksi dan wajib memiliki Dewan Pengawas Syariah yang berfungsi mengawasi kegiatan bank syariah. Bank syariah mempunyai peranan penting dalam memberikan peluang perencanaan masa depan yang dianggap potensial dan secara financial memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak karena sebagai lembaga keuangan yang mengemban misi bisnis (tjajah), sekaligus misi sosial (tabarru') sudah seyogyanya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat yang ingin merencanakan masa depannya.

Peranan Bank Syariah dalam mengembangkan perekonomian suatu negara termasuk Indonesia salah satunya sangatlah berperan besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan akan membutuhkan berbagai jasa perbankan. Oleh karena itu, dunia perbankan saat ini sampai masa mendatang akan sangat kita butuhkan, baik dalam perusahaan maupun perorangan.

Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna merupakan salah satu dari sekian banyak perbankan syariah yang menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan yang mampu memberikan jalan keluar atas masalah yang dihadapi masyarakat yang akan merencanakan masa depannya. Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna adalah satu lembaga keuangan syariah yang menyediakan berbagai macam produk pendanaan. Diantaranya yaitu produk tabungan berjangka seperti tabungan investa cendikia dan tabungan berencana, produk tabungan regular seperti Tabungan Simpatik dan Tabungan BSI.

Minat nasabah untuk menggunakan suatu produk pada bank tidak hanya tergantung pada mudahnya menggunakan produk bank dan fasilitas yang disediakan pada bank, tetapi terdapat faktor lain yang menjadi penentu yang mempengaruhi pertumbuhan jumlah nasabah, salah satunya yaitu nilai pelayanan, nilai pelayanan pada nasabah sangat penting, mengingat jasa bank merupakan jasa profesional. Sistem On-line, tabungan ATM merupakan contoh upaya bank dalam memberikan layanan yang cepat dan akurat.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Selain pelayanan, kredibilitas karyawan merupakan faktor penting dalam membangun kedekatan dengan nasabah. Kredibilitas dapat berupa kemampuan komunikasi yang baik dan memiliki beberapa kriteria yang meliputi kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, daya ekspresi dan orientasi terhadap orang lain dimana kelima hal tersebut akan menciptakan interaksi interpersonal yang efektif.¹⁰ Kredibilitas seseorang dapat dinilai berdasarkan jiwa kepemimpinan yang dimiliki, kerja keras dan kedisiplinan.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan, jumlah nasabah pembiayaan menembus 4,78 juta, yang merupakan rekor tertinggi selama industri perbankan syariah berdiri di Indonesia. Jumlah nasabah pembiayaan tumbuh 11,58% dari setahun sebelumnya. Adapun rekor tertinggi untuk nasabah simpanan perbankan syariah terjadi pada Juli 2018 yang mencapai 23,22 juta nasabah. Saat ini Indonesia merupakan salah satu bangsa yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang, terutama dalam hal keuangan.

Berdasarkan hasil keterangan dari karyawan Back Office yang diwawancarai sebagai berikut “pertumbuhan jumlah nasabah pembiayaan BSI pada bank syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna tidak stabil dimana mengalami peningkatan dan penurunan sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pembiayaan BSI Pada Bank Syariah Indonesia KCP
Tasikmalaya Singaparna

Tahun	Jumlah Nasabah	Kenaikan	Persentase
2015	152	0	0
2016	136	(16)	(10,53)
2017	97	(39)	(26,68)
2018	161	64	65,98
2019	170	9	5,59
2020	183	13	7,65
2021	196	13	7,10

Sumber : Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna, 2022.

Terdapat penelitian untuk mendukung penelitian ini diantaranya Penelitian yang dilakukan oleh Lisa Julia Sari. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi strategi yang dapat dilakukan PT.BPRS dalam rangka meningkatkan keaktifan nasabah tabungan pasif adalah dengan melakukan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yaitunya dengan strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan lay out, dan strategi promosi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), yaitu mengumpulkan data langsung dari lokasi penelitian. Yang dilakukan dengan menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada di lapangan dan lokasi penelitian. Sedangkan metode penelitian yang digunakan analisis deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan dan menggambarkan kejadian yang terjadi di lapangan sesuai dengan realita yang ada. Pustaka hanya sebagai pelengkap secara teoritis terhadap permasalahan yang diteliti. Guna menganalisis dan menjelaskan secara lengkap Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi dari beberapa faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran peningkatan jumlah nasabah tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KC Pariaman. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threat). Berikut ini adalah rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Kekuatan	Kelemahan
a. Pelaksanaannya sesuai dengan prinsip syariah. b. Pembagian brosur yang	a. Jumlah ATM yang sedikit dan sulit ditemukan b. Dikenakan biaya potongan

<p>dilakukan oleh Bank sehingga orang lebih mudah mengenal Pembiayaan BSI.</p> <p>c. Bank selalu menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah.</p> <p>d. Mesin ATM yang aman dan jarang error.</p> <p>e. Pelayanan yang ramah dengan menyapa nasabah dengan ucapan salam.</p>	<p>RP. 500 setiap cek saldo Via BSI Mobile.</p> <p>c. Belum meratanya penyebaran kantor Bank Syariah Indonesia di seluruh provinsi.</p> <p>d. Image yang terbentuk di masyarakat adalah bank yang diperuntukkan hanya untuk orang islam.</p> <p>e. Belum adanya pelayanan produk ATM bersama.</p>
<p style="text-align: center;">Peluang</p> <p>a. Mayoritas masyarakat yang ada di Singaparna adalah muslim.</p> <p>b. Bank melakukan kerja sama dengan beberapa instansi.</p> <p>c. Potensi masyarakat tinggi.</p> <p>d. Lokasi yang mendukung.</p> <p>e. Tidak dikhususkan untuk orang islam.</p>	<p style="text-align: center;">Ancaman</p> <p>a. Adanya Bank Syariah lain yang berada di sekitar BSI.</p> <p>b. Masyarakat masih terbiasa dengan bank konvensional.</p> <p>c. Pesaing mempunyai eknologi yang lebih canggih.</p> <p>d. Banyaknya produk dari perbankan lain.</p>

Sumber: penelitian lapangan (data diolah) 2022.

Dari data-data yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan maka dapat dikemukakan yang menjadi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (Opportunities) dan ancaman (Thearts) dari Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan, sebagai mana berikut:

a. Kekuatan

Kekuatan yang ada pada pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya adalah:

- 1) Pelaksanaannya sesuai dengan prinsip syariah.
- 2) Pembagian brosur yang dilakukan oleh Bank sehingga orang lebih mudah mengenal Pembiayaan BSI.
- 3) Bank selalu menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah.
- 4) Mesin ATM yang aman dan jarang error.
- 5) Pelayanan yang ramah dengan menyapa nasabah dengan ucapan salam.

b. Kelemahan

Kelemahan yang ada pada pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna adalah:

- 1) Jumlah ATM yang sedikit dan sulit ditemukan
- 2) Dikenakan biaya potongan RP. 500 setiap cek saldo Via BSI Mobile.
- 3) Belum meratanya penyebaran kantor Bank Syariah Indonesia di seluruh provinsi.

- 4) Image yang terbentuk di masyarakat adalah bank yang diperuntukkan hanya untuk orang islam.
- 5) Belum adanya pelayanan produk ATM bersama.

c. Peluang

Peluang yang ada pada pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna adalah:

- 1) Mayoritas masyarakat yang ada di Singaparna adalah muslim.
- 2) Bank melakukan kerja sama dengan beberapa instansi.
- 3) Potensi masyarakat tinggi.
- 4) Lokasi yang mendukung.
- 5) Tidak dikhususkan untuk orang islam.

d. Ancaman

Ancaman yang ada pada pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna adalah:

- 1) Adanya Bank Syariah lain yang berada di sekitar BSI.
- 2) Masyarakat masih terbiasa dengan bank konvensional.
- 3) Pesaing mempunyai teknologi yang lebih canggih.
- 4) Banyaknya produk dari perbankan lain.⁹⁶
- 5) Analisis Matrik IFE dan EFE

Dalam analisis matrik IFE dan EFE kita akan menilai 2 buah matrik. Pertama yaitu Internal Faktor Evaluation (IFE) matrik yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari dalam perusahaan itu, yaitu pada kekuatan dan kelemahan. Kedua yaitu Eksternal Faktor Evaluation (EFE) matrik yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari luar perusahaan yaitu peluang dan ancaman. Pemberian bobot diurutkan menjadi 0,01 (sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang), 0,15 (tinggi), dan 0,18 (sangat tinggi). Jumlah seluruh bobot baik pada masing-masing bagian internal dan eksternal harus berjumlah 1,0 atau 100 persen.

Sedangkan ranting peringatan digunakan untuk menilai sejauh mana factor internal dan eksternal penting atau tidak penting untuk dikembangkan. Pemberian nilai ranting diurutkan dari 1 sampai 4 dimana 1 (tidak penting), 2 (cukup penting), 3 (penting), 4 (sangat penting). Secara keseluruhan nilai skor yaitu merupakan hasil kali bobot dengan ranting akan memberikan besar jumlah total pada ke empat faktor baik kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

a) Analisis Matrik IFE

Matrik IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matrik IFE menggambarkan kondisi internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan ranting bobot yang diambil dari wawancara dengan salah seorang pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna.

Tabel 3 menunjukkan matrik IFE yang menganalisis 10 faktor 5 kekuatan dan 5 kelemahan.

Hasil Analisis Matrik IFE

No	Faktor Internal	BOBOT	PERINGKAT	NILAI
KEKUATAN				
1	Pelaksanaannya sesuai dengan prinsip syariah.	0.12	4	0.48
2	Pembagian	0.10	3	0.3

	brosur yang dilakukan oleh Bank sehingga orang lebih mudah mengenal Pembiayaan BSI.			
3	Bank selalu menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah.	0.15	3	0.45
4	Mesin ATM yang aman dan jarang error.	0.13	3	0.39
5	Pelayanan yang ramah dengan menyapa nasabah dengan ucapan salam.	0.10	3	0.3
	JUMLAH	0.60		1.92

No	KELEMAHAN	BOBOT	PERINGKAT	NILAI
1	Jumlah ATM yang sedikit dan sulit ditemukan	0.10	2	0.20
2	Dikenakan biaya potongan RP. 500 setiap cek saldo Via BSI Mobile.	0.08	2	0.16
3	Belum meratanya penyebaran kantor Bank Syariah Indonesia di seluruh provinsi.	0.07	1	0.07
4	Image yang terbentuk di masyarakat	0.10	2	0.20

	adalah bank yang diperuntukkan hanya untuk orang islam.			
5	Belum adanya pelayanan produk ATM bersama.	0.05	1	0.05
	JUMLAH	0.40		0.68

Sumber: penelitian lapangan (data diolah) 2022

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari sisi internal dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna adalah cukup baik.

b) Analisis Matrik EFE

Matrik EFE digukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal perusahaan. Matrik EFE menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung bedasarkan bobot yang diambil dari hasil wawancara dengan Analisis Jumlah Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Singaparna.

Hasil Analisis Matrik EFE				
No	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
PELUANG				
1	Mayoritas masyarakat yang ada di Singaparna adalah muslim.	0.10	4	0.40

2	Bank melakukan kerja sama dengan beberapa instansi.	0.15	4	0.60
3	Potensi masyarakat tinggi.	0.10	3	0.30
4	Lokasi yang mendukung.	0.10	3	0.30
5	Tidak dikhususkan untuk orang islam.	0.15	4	0.60
	JUMLAH	0.60		2.20
No	ANCAMAN	Bobot	Peringkat	Nilai
1	Adanya Bank Syariah lain yang berada di sekitar BSI.	0.10	2	0.20
2	Masyarakat masih terbiasa dengan bank konvensional.	0.15	3	0.45
3	Pesaing mempunyai teknologi yang lebih canggih.	0.10	2	0.20
4	Banyaknya produk dari perbankan lain.	0.05	1	0.05
	JUMLAH	0.40		0.90
	TOTAL	1.00		3.10

Sumber: penelitian lapangan (data diolah) 2022.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas dapat dilihat sisi eksternal terlihat bahwa nilai bobot peluang dari masing-masing elemen adalah 2.20 sedangkan ancaman 0.90 maka dapat diperoleh tabel bobot skor pada tabel EFE sebesar 3.10. Dapat disimpulkan bahwa peluang sangat besar untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan BSI.

c) Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisis dan diberi bobot serta peringkat untuk masing-masing elemen dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada jumlah nasabah tabungan maka dari semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam matrik SWOT. Melalui matrik SWOT akan terlihat secara lebih rinci elemen dari faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan BSM. Pada matrik SWOT dapat dirumuskan beberapa alternative strategi yaitu S-O (Strength Opportunities), S-T (Strength-Threat), W-O (Weakness Opportunities), W-T (Weakness- Threat).

Formulasi strategi yang dapat dimanfaatkan oleh Bank Syariah Indonesia Singapura antara lain sebagai berikut:

<p>EFAS</p> <p>IFAS</p>	<p>STRENGTH (S)</p> <p>a. Pelaksanaannya sesuai dengan prinsip syariah.</p> <p>b. Pembagian brosur yang dilakukan oleh Bank sehingga orang lebih mudah mengenal Pembiayaan BSI.</p> <p>c. Bank selalu menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah.</p> <p>d. Mesin ATM yang aman dan jarang error.</p> <p>e. Pelayanan yang ramah dengan menyapa nasabah dengan ucapan salam.bahan baku</p>	<p>WEAKNESSES (W)</p> <p>a. Jumlah ATM yang sedikit dan sulit ditemukan</p> <p>b. Dikenakan biaya potongan RP. 500 setiap cek saldo Via BSI Mobile.</p> <p>c. Belum meratanya penyebaran kantor Bank Syariah Indonesia di seluruh provinsi.</p> <p>d. Image yang terbentuk di masyarakat adalah bank yang diperuntukkan hanya untuk orang islam.</p> <p>e. Belum adanya pelayanan produk ATM bersama.</p>
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <p>a. Mayoritas masyarakat yang ada di Singaparna adalah muslim.</p> <p>b. Bank melakukan kerja sama dengan beberapa instansi.</p> <p>c. Potensi masyarakat tinggi.</p> <p>d. Lokasi yang mendukung.</p> <p>e. Tidak dikhususkan untuk orang islam.</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>a. memperluas daerah pemasaran untuk memperkenalkan produk pembiayaan BSI kepada masyarakat.</p> <p>b. Tetap menjalin kerjasama yang baik dengan nasabah.</p> <p>c. Memperkuat image di masyarakat dengan menekankan prinsip ekonomi syariah.</p> <p>d. Mempertahankan dan meningkatkan</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>a. Meningkatkan pemasaran dan gencar melakukan promosi produk pembiayaan BSI.</p> <p>b. Menjalin kerjasama dengan bank-bank lain baik itu konvensional maupun syariah untuk pengembangan ATM link.</p> <p>c. Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang berbasis teknologi sehingga dapat memudahkan</p>

	variasi produk dengan teknologi-teknologi baru.	akses bagi masyarakat.
<p>THREATS (T)</p> <p>a. Adanya Bank Syariah lain yang berada di sekitar BSI.</p> <p>b. Masyarakat masih terbiasa dengan bank konvensional.</p> <p>c. Pesaing mempunyai teknologi yang lebih canggih.</p> <p>d. Banyaknya produk dari perbankan lain.</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>a. Mempertahankan performansi keuangan untuk dapat memenangkan persaingan.</p> <p>b. Mempertahankan ciri khas produk dengan berbasis ekonomi perbankan syariah.</p> <p>c. Pemanfaatan dan pengalokasian modal dengan tepat yang digunakan untuk pengembangan teknologi seoptimal mungkin.</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>a. Mempererat kerjasama dengan penanam modal dan bank-bank lain.</p> <p>b. Melakukan strategi promosi yang lebih gencar di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar.</p>

Sumber: Penelitian lapangan 2022.

Berdasarkan Matrik SWOT diatas dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk dan jasanya. Alternatif strategi yang diterapkan sebagai berikut:

1) Strategi S-O

Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada pada perusahaan untuk mendukung dan memanfaatkan peluang yang tercipta. Strategi yang digunakan pada strategi S-O adalah sebagai berikut:

- memperluas daerah pemasaran untuk memperkenalkan produk pembiayaan BSI kepada masyarakat.
- Tetap menjalin kerjasama yang baik dengan nasabah.
- Memperkuat image di masyarakat dengan menekankan prinsip ekonomi syariah.
- Mempertahankan dan meningkatkan variasi produk dengan teknologi-teknologi baru.

2) Strategi S-T

Dalam strategi ini yaitu memanfaatkan kekuatan yang ada pada perusahaan untuk mengurangi atau meminimalkan ancaman yang akan datang dari luar perusahaan. Beberapa strategi yang digunakan dalam strategi S-T adalah sebagai berikut:

- Mempertahankan performansi keuangan untuk dapat memenangkan persaingan.
- Mempertahankan ciri khas produk dengan berbasis ekonomi perbankan syariah.
- Pemanfaatan dan pengalokasian modal dengan tepat yang digunakan untuk pengembangan teknologi seoptimal mungkin.

3) Strategi W-O

Strategi W-O ini merupakan strategi yang mengurangi kelemahan yang ada dalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Meningkatkan pemasaran dan gencar melakukan promosi produk pembiayaan BSI.

b. Menjalin kerjasama dengan bank-bank lain baik itu konvensional maupun syariah untuk pengembangan ATM link.

c. Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang berbasis teknologi sehingga dapat memudahkan akses bagi masyarakat.

4) Strategi W-T

Strategi ini merupakan strategi yang mengurangi resiko ancaman dan kelemahan bagi perusahaan. Beberapa strategi W-T yang ditemukan sebagai berikut:

a. Mempererat kerjasama dengan penanam modal dan bank-bank lain.

b. Melakukan strategi promosi yang lebih gencar di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar.

d) Tabel Bobot Skor

Setelah melakukan tahap, yaitu identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). IFE, EFE, dan Matrik SWOT akan membantu dalam menentukan strategi yang tepat untuk masa yang akan datang. Untuk memperkuat pilihan strategi dengan menggunakan bobot skor. Setelah dilakukan penetapan nilai bobot dan peringkat untuk faktor internal dan faktor eksternal Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna maka dilakukan perhitungan jumlah total skor masing-masing strategi. Total skor tertinggi dari perkalian bobot dan peringkat dapat diambil menjadi strategi yang akan dimanfaatkan untuk masa yang akan datang. Dengan menggunakan tabel bobot skor akan berguna untuk menentukan strategi utama. Ini dilakukan dengan cara menjumlahkan total skor dari masing-masing strategi, yang mempunyai total skor tertinggi maka itulah strategi utama yang sebaiknya dilakukan.

	Strengths (S) Kekuatan	Weakness (W) Kelemahan
Opportunities (Peluang) O	Total Skor $1,92+2,20= 4,12$	Total Skor $0,68+2,20= 2,88$
Threat (Ancaman) T	Total Skor $1,92+0,90= 2,82$	Total Skor $0,68+0,90= 1,58$

Sumber: Penelitian lapangan 2022

Dari hasil total skor yang didapatkan dari tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa peluang lebih besar dari faktor lainnya. Seperti terlihat pada tabel S-O yang menunjukkan tingginya skor pada faktor peluang yaitu sebesar 4.12. Setelah dijelaskan tentang alternatif strategi pada Matrik SWOT dan Tabel Bobot Skor maka dapat dipilih alternatif strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pada Bank Syariah

Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna. Strategi yang dilakukan adalah strategi S-O, strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan secara maksimal kekuatan yang ada pada

perusahaan, dan menciptakan peluang yang ada dari luar perusahaan. Strategi S-O yang diambil perusahaan antara lain:

a. Memperkenalkan keunggulan dari produk pembiayaan BSI Dengan dikenalkannya keunggulan-keunggulan dari produk pembiayaan BSI kepada masyarakat luas, maka hal ini akan dapat meningkatkan peluang bertambahnya nasabah pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna. Hal yang dapat dilakukan dalam memperkenalkan produk pembiayaan BSI yaitu:

- 1) Sosialisasi kepada masyarakat luas
- 2) Memberikan sponsor shif kepada instansi yang bekerja sama dengan Bank Syariah Mandiri KC Pariaman seperti membantu memeriahkan acara yang diadakan oleh instansi.

b. Menambah variasi-variasi produk

Untuk meningkatkan produk-produk bank tentu dilihat dari segi pelayanan, bagi hasil usaha, dan fasilitas yang diberikan untuk menunjang kelebihan dari produk-produk bank itu sendiri.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu:

- 1) Memberikan souvenir yang menarik untuk setiap pembukaan produk tabungan dan kelipatan tabungan tertentu.
 - 2) Memberikan bagi hasil yang kompetitif bagi penabung dan deposan.
- c. Memperkuat image dimata masyarakat dalam etika pelayanan nasabah
- 1) Meningkatkan komunikasi dengan nasabah dan masyarakat sekitar.
 - 2) Menjaga prilaku dan cara berpakaian karyawan baik di kantor maupun dilapangan.
 - 3) Tidak membedakan pelayanan kepada nasabah dengan melihat penampilan nasabah, semua nasabah sama berhak mendapat pelayanan yang baik.
 - 4) Menggunakan bahasa atau kalimat yang baik dan informative, jelas dan sopan berbicara dengan nasabah.

Dari analisis diatas bahwa ada beberapa bagian dari ciri-ciri pelayanan prima yang belum diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna seperti kurangnya SDM yang berkompeten dibidangnya, dan belum sepenuhnya tersedia kelengkapan sarana dan prasarana untuk pelayanan yang baik. Etika dan ciri-ciri pelayanan untuk berbagai kegiatan perluketentuan yang mengaturnya. Ketentuan ini dibuat agar komponen yang dengan pelayanan dapat menunjang satu sama

lain. Artinya apabila salah satu aspek diabaikan, pelayanan dari komponen lainnya menjadi tidak berguna. Adapun ketentuan yang diatur dalam ciri-ciri pelayanan yang baik yaitu:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- b. Tersedia karyawan yang baik.
- c. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- d. Mampu berkomunikasi.
- e. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik.
- f. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singaparna, maka dapat dikemukakan kesimpulan mengenai strategi peningkatan

jumlah nasabah pembiayaan yang dilakukan dengan memperkenalkan keunggulan dari produk pembiayaan kepada masyarakat luas, maka hal ini akan dapat meningkatkan peluang bertambahnya nasabah pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singapura.

Hal yang dapat dilakukan dalam memperkenalkan produk pembiayaan yaitu: Sosialisasi kepada masyarakat luas, memberikan sponsor shif kepada instansi yang bekerja sama dengan Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Singapura seperti membantu memeriahkan acara yang diadakan oleh instansi. Strategi dengan menambah variasi-variasi produk juga dapat meningkatkan dari segi pelayanan untuk bagi hasil usaha dan fasilitas yang diberikan untuk menunjang kelebihan dari produk-produk bank itu sendiri.

Ada beberapa hal yang dilakukan yaitu memberikan souvenir yang menarik unuk setiap pembukaan produk tabungan BSM dan kelipatan tabungan tertentu dan memberikan bagi hasil yang kompetiif bagi penabung dan deposan. Strategi selanjutnya memperkuat image dimata masyarakat dalam etika pelayanan nasabah yaitu dengan meningkatkan komunikasi dengan nasabah dan masyarakat sekitar, menjaga perilaku dan cara berpakaian karyawan baik di kantor maupun di lapangan, tidak membedakan pelayanan kepada nasabah karena semua nasabah sama berhak mendapatkan pelayanan yang baik, serta menggunakan bahasa atau kalimat yang baik, informative, jelas dan sopan berbicara dengan nasabah.

REFERENSI

- Atikasari, Linda Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Kualitas Produk Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Ajibarang. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada IAIN Purwokerto.
- Cahyani, Putri Dwi. 2018. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta. Skripsi sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1997. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka. Cet. Ke-9.
- Fahmi, Irham. 2014. Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi. Bandung: Alfabeta. Griffin, Ricky. W. 2004. Manajemen, Jakarta: Erlangga.
- Jatmiko, RD. 2003. Manajemen Stratejik. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kamal, Yusron Musthafa. Strategi Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Rawamangun, Skripsi Sarjana Pada Fakultas Ilmu dan Dakwah Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kasmir. 2007. Manajemen Perbankan, Jakarta: PT RajaGrafindo Prasada.
- Kasmir. 2011. Etika Customer Service, Jakarta: PT. Raja Grafindo Prasada.
- Kotler, Philip. 2008 Manajemen Pemasaran, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga, Edisi Ke13.
- Kumener. Dahliana. 2016. Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Strategi Bersaing Industry UKM Bordiran Di Kota Padang. Skripsi sarjana pada Fakultas Ekonomi pada Universitas Bung Hatta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat.

- Maesyaroh, Diani Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto. (Tugas Akhir Program DIII pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto).
- Muljono, Djoko. 2012. Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasim Simpan Pinjam. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Nurmasari, Dewi. 2018 Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian The Botol Sosro. Skripsi sarjana pada Fakultas Social Sains pada Universitas Pembangunan panca Budi.
- Oktiani, Dona. 2016. Strategi Peningkatan Pembiayaan Gadai Emas (Study Kasus Pada Pt. Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Batusangkar, Skripsi Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bukittinggi.
- Purnomo, Setiawan Hari dan Zulkiefli Mansyah. 1998. Manajemen Strategi, Sebuah Konsep Strategi, Jakarta: LPPEE UI.
- Putra, Husna Kamala. Analisis Produk Tabungan BSM dan Tabungan Simpatik Pada BSM KCP Banyumanikn Semarang, Skripsi Sarjana pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Salatiga.
- Rahmadani, Suci. 2017. Strategi Peningkatan Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPRS Carana Kiat Andalas. Skripsi Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Bukittinggi.
- Rangkuti, Freddy. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisisn SWOT. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Julia Lisa. 2014. Strategi Meningkatkan Keaktifan Nasabah Tabungan Pasif pada PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek, (Skripsi Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bukittinggi.