

**ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN SUTERA MUDARABAH BANK BPD DIY
SYARIAH**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

MUHAMMAD AZIS
13820189

PEMBIMBING:

DRS. AKHMAD YUSUF KHOIRUDDIN, S.E., M.Si
NIP. 19661119 201501 1 008

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017

**ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN SUTERA MUDARABAH BANK BPD DIY
SYARIAH**



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

OLEH:

MUHAMMAD AZIS

13820189

PEMBIMBING:

DRS. AKHMAD YUSUF KHOIRUDDIN, S.E., M.Si

NIP. 19661119 201501 1 008

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisa terhadap daya saing suatu produk jasa yang menjadi bagian utama atas perusahaan dari sisi strategi pemasaran. BPD DIY syariah salah satu unit usaha syariah di DIY sebagai penyedia jasa keuangan yang terus melakukan inovasi-inovasi produk dengan berusaha memenuhi kebutuhan nasabahnya. pemahaman dan atensi masyarakat atas penyediaan layanan jasa perbankan syariah perlu direspon oleh BPD DIY syariah dengan mengembangkan strategi pemasaran produk Tabungan Sutera Mudharabah. Strategi ini dilakukan agar Tabungan Sutera Mudharabah diharapkan mampu memberikan solusi dalam memfasilitasi aktivitas nasabahnya dengan memberikan kemudahan an manfaat untuk memenuhi kebutuhan dari segi penyimpanan dana dan investasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal produk Tabungan Sutera Mudharabah pada Bank BPD DIY syariah, (2) Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran produk Tabungan Sutera Mudharabah, dan (3) Memberikan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk produk Tabungan Sutera Mudharabah bagi BPD DIY Syariah. Data penelitian bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi atau pengamatan langsung dilokasi perusahaan melalui wawancara dan pengisian kuesioner. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, Jurnal, internet, dan literatur-literatur dari perusahaan. Wawancara dan pengisian kuesioner tersebut dilakukan terhadap karyawan kompeten di bidangnya yaitu *senior officer*, *officer* operasional, dan staf *marketing*.

Perolehan strategi didapatkan dari analisa matriks SWOT dan dapat digunakan untuk menentukan strategi yang terbaik. Berdasarkan hasil analisis diperoleh dengan menggunakan model matriks IE. Matriks Internal-Eksternal (IE) merupakan penggabungan dari hasil skor terbobot dari matriks IFE dan matriks EFE yang dapat dilihatpada lampiran. Hasil analisis faktor internal dengan menggunakan matriks IFE diperoleh skor terbobot yaitu 3.255942. Sedangkan hasil analisis faktor eksternal dengan menggunakan matriks EFE diperoleh skor terbobot yaitu sebesar 3.7934. Berdasarkan hasil skor tersebut posisi sel I. Berdasarkan teori pencocokan matirks internal eksternal strategi yang tepat digunakan untuk memasarkan produk adalah *market penetration*, *strategi market development*, *strategi product development* dan strategi konsolidasi internal.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Produk Tabungan

ABSTRACT

This study aim to analyze the competitiveness of a product and service that becomes a major part of the company's success of marketing strategy. BPD DIY Syariah one of the financial service providers who continue to make product innovations with the ability to meet the needs of its customers. Understanding and public attention to the provision of syariah banking services needs to be responded by BPD DIY sharia with the development of marketing strategy of Mudharabah Saving Savings products. This strategy is done so that Mudharabah Silk Savings is expected to provide solutions in facilitating the activities of its customers by providing ease of a benefit to meet the needs in terms of storage of funds and investment.

The objectives of this research are (1) to identify internal and external factors of Tabungan Sutera Mudharabah product of Bank BPD DIY syariah, (2) to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats on marketing of Tabungan Sutera Mudharabah products; and (3) marketing strategy Suitable for Tabungan Sutera Mudharabah products of BPD DIY Syariah.

The research data is sourced from primary and secondary data. Primary data result from result of observation or direct observation of company location through interview and filling questioner. Secondary data from literature study, journal, internet, and literature of the company's literature. The interviews and questionnaires were conducted on the competent person in the field, the sample of research is senior officer, operational officer, and marketing staff.

The result of research is obtained from SWOT matrixs analysis, and can be used to decide best marketing strategy. Based on the result of IFE and EFE matrixs analysis, obtained with using matriks IE model. Matriks Internal-Eksternal (IE) is compounding from the result from score matriks IFE and matriks EFE. Analyst from internal factor with matriks IFE score is 3.255942. while result from external analysis factor with matriks EFE get score 3.7934. the position from result anlysis internal and extranal is on cell 1. Based matching matirks theory of internal eksternal strategy which the best to used to marketing mudharaba saving product is market penetration, strategi market development, strategi product development and internal consolidation strategy.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Funding Product.

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sodara Muhammad Azis

Lamp : 1

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah menimbang, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Azis

NIM : 13820189

Judul Skripsi : Analisis SWOT pada Strategi Pemasaran Produk tabungan
Sutera Mudarabah Bank BPD DIY Syariah.

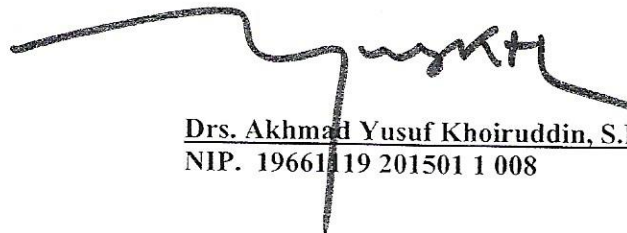
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar proposal skripsi saudara tersebut di atas dapat digunakan sebagai syarat seminar proposal. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Agustus 2017

Pembimbing,



Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si
NIP. 19661119 201501 1 008

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor : B-3776/Un.02/DEB/PP.05.3/10/2017

Skripsi / tugas akhir dengan judul:

**“Anaisis SWOT pada Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sutera Mudharabah
Bank BPD DIY Syariah”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muhammad Azis

NIM : 13820189

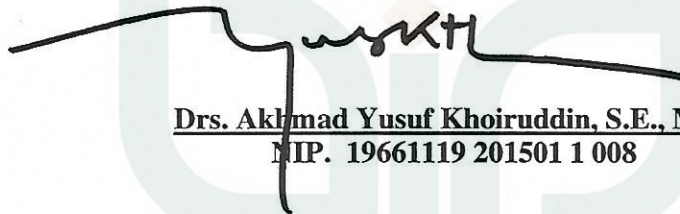
Telah dimunaqosyahkan pada : 14 Agustus 2017

Nilai : B +

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQOSYAH


Ketua Sidang,



Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si
NIP. 19661119 201501 1 008

Penguji I

Penguji II



H. Mukhamad Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19720913 200312 1 001



Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si
NIP. 19880524 201503 1 010

Yogyakarta, 31 Oktober 2017
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan,



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Azis

NIM : 13820189

Jurusan-Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sutera Mudharabah Bank BPD DIY Syariah”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkandalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Penyusun,



Muhammad Azis
NIM. 13820189

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai *civitas* akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya bertanda tangan dibawa ini:

Nama : Muhammad Azis
NIM : 13820189
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis SWOT pada Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sutera Mudharabah Bank BPD DIY Syariah”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Non Ekklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih mediaformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sbagai penulispencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Muhammad Azis
NIM. 13820189

MOTTO

**Sebaik-Baik Manusia Adalah Yang
Banyak Bermanfaat Bagi Orang Lain**

Nabi Muhammad SAW

**hakikat hidup bukanlah apa yang kita
ketahui, bukan buku-buku yang kita baca,
atau kalimat yang kita pidatokan, melainkan
apa yang kita kerjakan, apa yang paling
mengakar di hati, jiwa dan kehidupan kita**

Cak Nun

**HAPPINESS IS ONLY REAL WHEN
SHARED**

Into the Wild

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamater UIN Sunan Kalijaga

Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga

Bapak, Ibu & semua orang yang telah megasihi dan menyayangi saya



KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji kehadiran Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat-sahabatnya semoga kita dilimpahkan syafaat dan dipersatukan di hari kiamat dengannya sebagai umatnya yang taat menjalankan segala tuntunannya.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang turut membantu dalam penyelesaiannya. Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa petunjuk, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang tersebut di bawah ini:

1. Bapak Prof. Dr. KH Yudian Wahyudi Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
4. Bapak Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik telah membimbing penulis untuk dapat menyelesaikan studi;
5. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi telah mencurahkan segenap energi dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi;
6. Seluruh karyawan Bank BPD DIY Syariah yang bersedia membantu peneliti yang dengan kerendahan hati mengisi kuisisioner sehingga terselesaikannya skripsi ini;

7. Kedua orangtua penulis, Bapa Mujiyono dan Ibu Sumarjiyati. Terimakasih atas segala limpahan cinta, kasih dan sayang, ilmu dan bimbingan, serta tuntunan untuk menjalani hidup menjadi pribadi yang lebih baik;
8. Keluarga besar Pondok Pesantren Mahasiswa Daarul Hiraah yang telah memeberikan pemahaman ilmu, pengalaman, tempat bernaung, serta arti dari sebuah rasa persaudaraan;
9. Keluarga besar jurusan Perbankan Syariah angkatan 2013 khususnya untuk kelas PS E yang sudah memberikan pengalaman yang sangat berharga, petualangan yang menakjubkan, dan arti sebuah pertemanan;
10. Keluarga KKN angkatan 90 Kelompok 17 Kumendung x Kalireso, Candibinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta yang telah menjadi teman hidup selama satu bulan, mengajarkan arti penting, kebersamaan dan kekompakan.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT memberikan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya serta membalas semua jasa-jasa mereka yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Besar harapan bagi penulis atas kritik, saran, dan masukan yang pembaca berikan untuk perbaikan selanjutnya. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan kepa para pembaca umumnya. Amin.

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Muhammad Azis

NIM.13820189

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin ini merujuk pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, tertanggal 22 Januari 1988 no: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Bā'	B	be
ت	Tā'	T	te
ث	Śā'	ś	Es titik atas
ج	Jim	J	je
ح	Hā'	ḥ	ha titik dibawah
خ	Khā'	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	ż	Zet titik diatas
ر	Rā'	r	er

ز	Zai	z	zet
س	Sīn	s	es
ث	Syīn	sy	Es dan ye
ذ	Sād	ṣ	Es titik dibawah
ط	Dād	ḍ	de titik di bawah
ظ	Tā'	ṭ	Te titik dibawah
ظ	Zā'	ẓ	Zet titik dibawah
ع	'Ayn	Koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en

II. Konsonan rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap:

متعقلين	ditulis	<i>muta'qqidin</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Tā' marbutah* diakhir kata.

1. Bila dimatikan ditulis, *h*:

هبة	ditulis	<i>hibah</i>
جزية	ditulis	<i>zisyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap kedalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis *t* :

نعمة الله	ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

IV. Vokal pendek

____ fathah ditulis a contoh	ضرب	ditulis	<i>daraba</i>
____ kasrah ditulis i contoh	فهم	ditulis	<i>fahima</i>
____ dammah ditulis u contoh	كتب	ditulis	<i>kutiba</i>

V. Vokal panjang

<i>Fathah+alif</i> , ditulis <i>ā</i> (garis di atas)	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
<i>Fathah+alif</i> <i>maqsūr</i> ditulis <i>ā</i> (garis di atas)	يسعي	ditulis	<i>yas'ā</i>
<i>Kasrah+ya mati</i> ditulis <i>ī</i> (garis di atas)	مجيد	ditulis	<i>majīd</i>

<i>Dammah+wau</i> <i>mati ditulis ū</i> <i>(garis diatas)</i>	فوض		<i>furūd</i>
---	-----	--	--------------

VI. Vokal rangkap

<i>Fathah+yā mati,</i> <i>ditulis ai</i>	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
<i>Fathah+wau</i> <i>mati, ditulis au</i>	قول	ditulis	<i>qaul</i>

VII. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

انتم	ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'insyakartum</i>

VIII. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis-al

القران	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggandengkan huruf syamsiyyah yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l-nya

الشمس	ditulis	<i>as-syams</i>
السماء	ditulis	<i>as-samā</i>

IX. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

X. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisanya

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Kerangka Teori.....	9
1. Pemasaran	9
2. Konsep-konsep Pemasaran	12
3. Strategi Pemasaran.....	14
4. Analisis Strategi Pemasaran.....	15
a. Analisis Lingkungan Internal.....	15
b. Analisis Lingkungan Eksternal	22
5. Tabungan Mudharabah.....	27
B. Telaah Pustaka.....	28
C. Kerangka Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Populasi dan Sampel.....	34
C. Tempat dan Waktu Penelitian	34
D. Jenis Data dan Sumber Data.....	35

	E. Metode Pengumpulan Data	35
	F. Metode Analisis Data	38
	1. Analisis Deskriptif.....	38
	2. Matriks IFE dan EFE.....	43
	3. Matriks Internal dan Eksternal.....	44
	4. Matriks SWOT.....	45
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
	A. Deskripsi Obyek Penelitian.....	48
	1. Sejarah BPD DIY Syariah.....	48
	2. Visi Misi dan Nilai BPD DIY Syariah.....	49
	3. Struktur Organisasi BPD DIY Syariah	50
	4. Analisis Lingkungan Internal.....	52
	5. Analisis Lingkungan Eksternal.....	61
	B. Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang,dan Ancaman... 66	
	1. Identifikasi Kekuatan.....	70
	2. Identifikasi kelemahan.....	70
	3. Identifikasi Peluang.....	74
	4. Identifikasi Ancaman	76
	C. Perumusan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sutera Mudarabah BPD DIY Syariah.....	80
	1. Tahap Input.....	86
	2. Tahap Pencocokan.....	
	3. Matriks SWOT.....	91
BAB V	PENUTUP	92
	A. Kesimpulan.....	92
	B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....		94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala Likert.....	39
Tabel 3.2. Pembobotan Faktor Internal.....	45
Tabel 3.3. Pembobotan Faktor Eksternal.....	45
Tabel 3.4. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	47
Tabel 3.5. Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	47
Tabel 4.1 Matriks Perhitungan IFE.....	82
Tabel 4.2 Matriks Perhitungan EFE.....	84
Tabel 4.3 Analisa matriks IFE dan matriks EFE.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	31
Gambar 3.1. <i>Strategy Business Unit</i> (SBU).....	50
Gambar 3.2. Matriks SWOT.....	47
Gambar 4.1. Struktur Organisasi BPD DIY Syariah.....	51
Gambar 4.2. Komposisi Kepemilikan Modal.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Pertanyaan Wawancara.....	104
Kuisisioner Penelitian.....	108
Data Responden.....	109
Hasil Kuisisioner Pembobotan Faktor Internal Perusahaan.....	115
Hasil Kuisisioner Rating Faktor Internal Perusahaan.....	116
Hasil Kuisisioner Pembobotan Faktor Eksternal Perusahaan.....	116
Hasil Kuisisioner Rating Faktor Eksternal Perusahaan.....	117
Dokumentasi Foto.....	118
Curriculum Vitae.....	119

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah telah menjadi bagian dari kegiatan perekonomian masyarakat saat ini. Produk-produk jasa yang ditawarkan, baik yang bersifat penghimpunana dana (*funding*), maupun penyaluran dana (*lending*), serta penyediaan jasa pelayanan perbankan (*bank service*) harus memberikan manfaat bagi semua golongan masyarakat. Pada awalnya penerapan sistem perbankan syariah, pembentukan lembaga keuangan syariah, serta penciptaan produk syariah dalam sistem keuangan dimaksudkan untuk menciptakan suatu kondisi bagi umat Islam agar melaksanakan semua aspek kehidupan termasuk aspek ekonominya dengan berlandaskan pada Al-Qur'an untuk menghindari kegiatan *muamalah* yang memiliki unsur riba.

Berdasarkan penjelasan Nelson Tampubolon, dalam *Roadmap Perbankan Syariah 2015-2019*, Setelah mengalami pertumbuhan yang relatif tinggi di tahun-tahun sebelumnya, di tahun 2013-2014 perbankan syariah mengalami tantangan berupa perlambatan pertumbuhan. Kondisi perekonomian nasional yang mengalami sedikit penurunan sebagai imbas dari perekonomian global memberikan pengaruh terhadap perbankan syariah nasional. Namun demikian dalam prespektif global, pemerhati keuangan syariah internasional seperti *Global Islamic Financial Report (GIFR)* dan *World Islamic Banking Competitiveness Report; 2013-2014* telah memberikan pengakuan atas prestasi Indonesia, bersama negara-negara pemain utama keuangan syariah lain

dianggap sebagai negara yang akan menjadi faktor pengendali dan pemain utama dalam lembaga keuangan Islam di dunia.

Dalam upaya meningkatkan kembali pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia agar diharapkan mampu memberikan kontribusi pertumbuhan ekonomi nasional, maka disusunlah Roadmap pengembangan perbankan syariah. *Roadmap* Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 ini menyajikan berbagai isu strategis atau permasalahan fundamental yang terjadi dalam industri perbankan syariah serta menyusun arah kebijaksanaan serta program kegiatan yang dilakukan oleh otoritas dengan melibatkan seluruh pemangku kebijakan dalam rangka membangun industri keuangan yang berdaya saing tinggi.

Salah satu poin dari *roadmap* arah kebijakan pengembangan perbankan syariah adalah memperbaiki kualitas layanan dan kergaman produk. Sebagai komponen dari sistem keuangan nasional perbankan syariah perlu memperkuat positioning, salah satu prioritasnya adalah peningkatan dan pengembangan produk perbankan syariah. Konsep bank syariah telah menyediakan berbagai akad yang berbeda untuk mencukupi kebutuhan para pemilik dan pengguna dana dalam berbagai bentuknya. Akad-akad dasarnya dalam konsep syariah meliputi; *pembiayaan cost-plus* (murabahah), *profit-sharing* (mudharabah), persewaan (ijarah), persekutuan (musharakah), dan penjualan dengan pesanan (bay' salam). Akad-akad tersebut merupakan blok bangunan dasar yang dapat dikembangkan secara lebih kompleks dalam perbankan syariah.

Melalui produk-produk penghimpunan dan pembiayaan yang ditawarkan, bank syariah mampu mengoptimalkan perannya sebagai lembaga pendedukasi, dan juga dapat membangkitkan usaha para pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), harapannya agar pelaku usaha tersebut dapat mengembangkan usaha dan meningkatkan taraf perekonomiannya. Bersama dengan lembaga keuangan Islam seperti Unit Usaha Syariah, Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), dan Baitul Mal Watamwil (BMT), Bank Umum Syariah (BUS) mengelola dan menggerakkan semua potensi kegiatan ekonomi agar berdaya dan berhasil secara optimal. Begitu halnya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, perkembangan bank syariah ditandai dengan bermunculannya berbagai unit usaha syariah yang menyediakan jasa penyimpanan dan pembiayaan dana, dapat dimaknai sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan kualitas perbankan syariah. Dengan adanya persaingan industri yang sehat lembaga keuangan syariah akan berlomba untuk dapat menarik simpati masyarakat untuk menggunakan jasa keuangan syariah.

Sebagai salah satu Unit Usaha Syariah (UUS) di DIY, bank BPD DIY syariah berdiri sejak 19 Februari 2007 dengan diresmikan langsung oleh Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Sri Sultan Hamengkubuwono X setelah mendapat ijin dari Bank Indonesia surat Nomor 8/15/DS/Yk tanggal 14 Desember 2006 Perihal Ijin prinsip pembukaan Kantor Cabang Syariah dan surat BI Nomor 9/13/DS/Yk tanggal 7 Februari 2007 Perihal: Ijin Pembukaan Kantor Cabang syariah.

Unit Usaha Syariah BPD DIY ini merupakan wujud perhatian khusus dari Bank BPD DIY dalam mengembangkan usahanya dan memberikan pelayanan perbankan kepada masyarakat dengan transaksi berpola syariah. Diharapkan dengan kehadiran unit usaha syariah Bank BPD DIY dapat meningkatkan kinerja perusahaan untuk memberikan fasilitas pelayanan produk perbankan berprinsip syariah yang semakin baik dan bervariasi sehingga dapat memenuhi kebutuhan para konsumen.

Berdasarkan laporan keuangan BPD DIY Syariah yang capaian aset sampai dengan bulan Desember 2016, memang masih berada di bawah level Rp 1 triliun, yaitu sebesar Rp 567,45 miliar. Sampai dengan tahun 2016, sementara total saldo rerata pada tabungan mudharabah sebesar 182, 481 miliar, pendapatan yang akan dibagihasikan sebesar 1,586 miliar dengan peresentase nisbah bagi hasil 16% untuk nasabah. Selain melakukan kegiatan penghimpunan dana bank BPD DIY Syariah juga melakukan pembiayaan 364,5 miliar.¹

Untuk dapat meningkatkan kualitas produk jasa yang di tawarkan baik dari segi penghimpunan dana, BPD DIY Syariah memerlukan strategi yang tepat dalam memasarkan setiap produknya. Kegiatan pemasaran dimulai dari perencanaan, implementasi dan komunikasi, untuk menjangkau target *audience* (pelanggan-calon maupun pelanggan). Dengan perencanaan yang tepat proses mengkomunikasikan variabel bauran (*marketing mix*) yang sangat penting

¹ <http://www.bpddiy.co.id/> di akses pada 7 juni 2017 pukul 04:30

untuk dilaksanakan oleh *marketer* dalam memasarkan produk. Inti dari kegiatan promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, meningkatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan.

Pemasaran meliputi kegiatan memuaskan kebutuhan & keinginan konsumen. Tugas *marketing* adalah menghantarkan nilai kepada pelanggan dengan tujuan memperoleh laba. Dengan demikian, konsumen menghadapi beragam pilihan produk, merek harga, serta pemasok. Dalam manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management/CRM*). Relationship marketing merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengenal dan melayani pelanggan. Hal tersebut merupakan cara untuk dapat menciptakan loyalitas yang tinggi pada pelanggan.

Analisis SWOT merupakan salah satu langkah yang tepat untuk dapat mengetahui poin-poin penting yang menjadi tolak ukur dalam adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* terlibat dalam suatu proyek atau dalam bisnis usaha. Hal ini melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan itu. Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan perusahaan Fortune 500. (Rangkuti, 2009)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis berupaya untuk memahami lebih lanjut strategi yang digunakan oleh bank BPD DIY syariah dalam memasarkan produk tabungan mudharabah. Beberapa pertimbangan yang menentukan penulis untuk memilih judul ini salah satunya adalah adanya urgensi untuk membahas mengenai strategi pemasaran berdasarkan pertimbangan faktor internal dan eksternal yang diperoleh dari penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif untuk memberikan referensi bagi bank BPD DIY Syariah umumnya dan bagi bank umum syariah lainnya.

Maka dari itu penulis mengambil judul **“ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SUTERA MUDHARABAH BANK BPD DIY SYARIAH”**

B. Rumusan masalah

Mengacu pada uraian latar belakang masalah di atas, berdasarkan perencanaan strategis dalam menjalankan smaka rumusan masalah dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal bagaimana yang mempengaruhi Bank BPD DIY Syariah terhadap pemasaran produk Tabungan Sutera Mudharabah Bank BPD DIY Syariah?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan Sutera Mudharabah yang tepat untuk dilaksanakan oleh Bank BPD DIY Syariah berdasarkan analisis SWOT?
3. Alternatif strategi pemasaran bagaimana yang dapat diterapkan oleh BPD DIY Syariah berdasarkan rumusan analisis SWOT?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal produk Tabungan Sutera Mudharabah pada Bank BPD DIY Syairah.
2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran produk Tabungan Sutera Mudharabah Bank BPD DIY Syairah.
3. Memberikan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk produk Tabungan Sutera Mudharabah bagi Bank BPD DIY Syairah.

Adapun dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan antara lain sebagai berikut:

1. Bahan pertimbangan dalam hal pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran bagi Bank BPD DIY Syairah.
2. Bahan informasi dan acuan bagi para peneliti maupun pihak-pihak yang berkepentingan.
3. Referensi dan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.

D. Sistematika Penulisan

Dalam kajian penelitian ini, sistematika pembahasan secara garis besar terdiri dari 5 bab yang satu sama lain memiliki keterkaitan. Sistematika pembahasan ini memberikan gambaran dan logika berpikir dalam penelitian. Masing-masing uraian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan berisi beberapa sub bab yaitu latar belakang, menggambarkan fenomena dan permasalahan awal yang mendasari

dilakukannya penelitian ini. Kemudian permasalahan-permasalahan yang sudah diuraikan dalam latar belakang di-*design* menjadi rumusan masalah. Rumusan masalah ini lalu dijawab dalam tujuan penelitian dan kegunaan atau manfaat dari penelitian yang akan dilakukan. Akhir dari bab pendahuluan adalah sistematika penulisan yang merupakan tahapan-tahapan yang menggambarkan arah penelitian.

Bab II Kerangka Teori berisi tinjauan pustaka yang berkaitan dengan teori yang relevan terhadap penelitian serta mencakup hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Semuanya itu menjadi landasan dan batu loncatan kebaruan dari penelitian ini. Setelah penyusunan tinjauan pustaka dan penelitian sebelumnya dan kerangka pemikiran dalam penelitian ini kemudian disusun.

Bab III Metode Penelitian berisi tentang deskripsi bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan secara operasional, menjelaskan setiap objek dan subjek penelitian berisi tentang jenis penelitian, sumber data, teknik analisis data berupa alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan memuat dan menguraikan hasil dari penelitian berupa analisis deskriptif serta interpretasi dari hasil observasi, wawancara, dan kuisioner yang dibagikan kepada karyawan BPD DIY syariah yang diolah. Penjelasan dalam bab ini merupakan jawaban dari rumusan penelitian

Bab V Penutup yang berisi kesimpulan dari jawaban rumusan masalah dalam penelitian ini. Bab ini juga berisi terkait saran dan masukan yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan beberapa rumusan faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal mempengaruhi Bank BPD DIY Syariah, strategi pemasaran produk tabungan Sutura Mudharabah yang tepat untuk dilaksanakan oleh Bank BPD DIY Syariah, dan beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh BPD DIY Syariah berdasarkan rumusan analisis SWOT diantaranya:

1. Faktor Internal dan Eksternal Strategi Pemasaran BPD DIY Syariah

Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan BPD DIY Syariah adalah citra bank BPD DIY Syariah sebagai bank yang berpredikat baik, dan produk tabungan sutera mudharabah memiliki fitur dan fasilitas yang menarik. Citra BPD sebagai bank yang baik merupakan hasil yang diperoleh atas kerja keras dan pelayanan jasa yang baik kepada nasabah, serta berbagai penghargaan yang diperoleh BPD DIY Syariah. Beberapa fitur dan fasilitas yang disediakan dari produk tabungan mudharabah dinilai menjadi poin lebih yang dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut. Sementara kelemahan yang dimiliki oleh BPD DIY Syariah dalam memasarkan produknya adalah belum adanya ketersediaan sarana *internet banking* dan *mobile banking* yang dapat menjadi daya tarik yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi menggunakan produk tabungan

sutera mudharabah, serta pemanfaatan media periklanan yang dinilai masih belum optimal pemanfaatannya.

Faktor eksternal yang menjadi peluang utama dari BPD DIY Syariah untuk memasarkan produknya adalah perluasan jaringan pemasaran bank BPD DIY Syariah, dan masyarakat DIY mulai tertarik dengan layanan jasa perbankan Syariah. Perluasan jaringan pemasaran, merupakan hasil dari ketersediaan kantor pelayanan BPD DIY Syariah yang disediakan diseluruh wilayah DIY. Sebagai bank induk, BPD DIY juga memfasilitasi unit usahanya dengan menyediakan sarana dan prasarana dalam meluaskan jaringan pemasaran untuk BPD DIY Syariah. Faktor yang menjadi ancaman adalah semakin lengkapnya fitur dan inovasi produk yang ditawarkan oleh kompetitor, dan keadaan perekonomian nasional dan regional yang dinilai belum begitu kondusif sehingga secara tidak langsung mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk layanan jasa yang disediakan oleh BPD DIY Syariah.

2. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sutera Mudharabah

Penelitian ini merumuskan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh BPD DIY Syariah dalam memasarkan produk tabungan sutera mudharabah adalah dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh BPD DIY Syariah dan produknya berupa tabungan sutera mudharabah, yaitu citra BPD DIY Syariah sebagai bank yang berpredikat baik. Hal tersebut dapat dimanfaatkan dengan menggunakan media periklanan sebagai sarana menyebarluaskan informasi, bahwa BPD DIY Syariah merupakan penyedia

jasa keuangan Syariah yang profesional. Strategi lainnya adalah memanfaatkan peluang yang dimiliki yaitu ketertarikan masyarakat terhadap produk-produk jasa yang ditawarkan oleh bank Syariah, dengan mengoptimalkan sarana pemasaran yang tepat setelah menentukan target segmen pasar yang dituju dari produk tabungan sutera mudharabah BPD DIY Syariah dapat menggunakan strategi yang paling efektif untuk dapat memanfaatkan ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk jasa yang ditawarkannya.

3. Alternatif Strategi Pemasaran Rumusan Analisis SWOT

Alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan BPD DIY Syariah *market penetration* perlu dikembangkan manajemen BPD DIY Syariah dalam menghadapi pertumbuhan pasar yang besar, dan menghadapi kemungkinan jangka panjang untuk memasarkan produknya dengan meningkatkan pemanfaatan media periklanan dalam memasarkan produknya, dengan menggunakan investasi yang tepat untuk memperkuat dominasi di dalam pasar yang sedang tumbuh. Selain dengan menggunakan media periklanan yang ada, manajemen harus dapat berinovasi menciptakan dan menggunakan media periklanan baru yang dapat dimanfaatkan oleh *marketer* dalam memasarkan produknya. Strategi *market development* diperlukan untuk menciptakan kesadaran di masyarakat agar memahami adanya ketersediaan layanan dan manfaat yang diperoleh dari jasa yang disediakan oleh bank BPD DIY Syariah. Strategi *product development* juga digunakan untuk lebih dapat meningkatkan mutu dan kualitas produk,

sehingga masyarakat dapat lebih memanfaatkan produk yang tersedia. Konsolidasi internal diperlukan untuk dapat mengetahui apa saja yang menjadi kelemahan dari produk tabungan sutera mudharabah khususnya dan produk jasa BPD DIY Syariah lainnya, serta strategi pemasaran yang tepat, untuk selanjutnya dapat dievaluasi dan ditindaklanjuti sehingga pelayanan jasa dapat diterima dengan baik oleh masyarakat selaku konsumen.

Berdasarkan hasil identifikasi dengan menggunakan matriks IFE dan matriks EFE yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dengan menggunakan matriks SWOT, maka diperoleh alternatif strategi dengan mengkombinasikan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan Matriks SWOT menghasilkan empat tipe strategi diantaranya:

- a. strategi SO (*Strenghts-Opportunities*), dimana strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kualitas produk dengan tetap mempertahankan sistem bagi hasil yang kompetitif dan memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi dan mengembangkan pemanfaatan teknologi *internet banking* dan *mobile banking* untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan meningkatkan loyalitas.
- b. strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), strategi kelemahan-peluang yaitu strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi WO yang dapat diterapkan

adalah dengan menambah kantor cabang pembantu maupun kantor kas serta menambah jumlah ATM seluruh wilayah DIY khususnya di Kabupaten Wates dan Kabupaten Kulon Progo dan mengembangkan layanan *internet-banking dan mobile-banking* dan pemanfaatan media periklanan secara optimal dalam memasarkan produk.

- c. strategi ST (*Strenghts-Threats*), strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari maupun mengurangi dampak ancaman dari faktor eksternal. Strategi ST yang diperoleh adalah mempertahankan kualitas Sumber Daya Manusia untuk dapat memberikan pelayanan yang baik agar dapat menghadapi persaingan dan mempertahankan citra sebagai unit usaha Syariah yang berpredikat baik dan terus dengan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat bersaing dengan para kompetitor yang terus bertambah
- d. strategi WT (*Weaknesses-Threats*). strategi untuk mengurangi kelemahan perusahaan serta menghindari ancaman dari faktor eksternal. Strategi WT yang dapat dilakukan adalah melakukan promosi untuk mengimbangi promosi yang dilakukan sesama kompetitor, dan memanfaatkan ketersediaan media periklanan untuk memasarkan produk.

B. Saran

1. Manajemen BPD DIY Syariah harus memiliki respon yang baik untuk menanggulangi kelemahan dan mengatasi ancaman yang berasal dari internal dan eksternal perusahaan agar dapat meralisasikan tujuan didirikannya BPD DIY Syariah menjadi Bank Umum Syariah (BUS) ditahun 2020.
2. Berdasarkan analisis strategi SWOT yang diperoleh, BPD DIY Syariah sebaiknya melakukan strategi ini secara intensif agar dapat meningkatkan volume penjualan dengan terus mengoptimalkan kegiatan pemasaran dengan melakukan kegiatan promosi dengan lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ghony, M Junaedi dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Hadi, Surisno. 1987. *Metode Penelitian Reaserch ii* Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: medPress (anggota IKAPI).
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah, Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank cetakan ke-2* Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Penerjemah Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C dan L Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: PT. Indeks.
- Quthb, Sayyid. 2001. *Tafsir Fi Zihlalil Qur'an dibawah naungan Al-Qur'an julid 2*. Jakarta: Gemma Insani Press.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Swot Balanced Scorecard; Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja Dan Resiko*, Jakarta : Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*, Bandung: Pt Refika Aditama.
- Sanusi, Anwar. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 1999. *metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metedologi Penelitian untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, H. 2003. *Strategic Management in Action*. Jakarta; PT. Gramedia Pustaka Utama.

Skripsi

Imam, Isnaeni Nur. 2016. *"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank BPD DIY Syariah"* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Gandes, Nurindah Sari. 2016. *Analisis SWOT strategi pemasaran pada koperasi Indonesia Berjamaah* Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta

Ita, Oktaviani. 2012. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan BSM PT Bank Syariah Mandiri KCP Lebak Banten*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

Choirunnisak. 2014. *Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Bmi Cabang Pembantu Magelang*. Fakultas Syariah program DIII Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Salatiga

Zahra, I. 2011. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Muamalat PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bogor*. Skripsi pada Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Jurnal

Dusuki, Asyraf Wajdi dan Abdullah, Nurdianawati Irwani, 2007. *"Why do Malaysian customers patronise Islamic banks?"* International Journal of Bank Marketing Vol. 25 No. 3.

Internet

<http://www.bpddiy.co.id/> diakses pada tanggal 7 Maret 2017.

<https://www.wikipedia.org/> diakses pada tanggal 18 Maret 2017

<http://tafsirq.com/> diakses pada tanggal 3 Mei 2017

<https://yogyakarta.bps.go.id> diakses pada tanggal 3 Mei 2017

PERTANYAN DAN JAWABAN HASIL WAWANCARA

BANK BPD DIY SYARIAH YOGYAKARTA

Jln. Cik Ditiro No. 34, Yogyakarta. 55223

NARASUMBER: BAPAK HASIB (PIMPINAN OPERASIONAL)

WAKTU PELAKSANAAN WAWANCARA 13-06-2017

I. Pertanyaan Tentang Gambaran Umum Perusahaan:

1. Bagaimana sejarah berdirinya BPD DIY Syariah Yogyakarta?
2. Apa yang menjadi visi dan misi perusahaan?
3. Dimana saja kantor cabang yang dimiliki oleh BPD DIY Syariah Yogyakarta?

Jawaban: *“untuk pertanyaan-pertanyaan tersebut nanti saya berikan buku tahunan annual report yg saya punya ya mas”*

4. Mengapa bank berlokasi di tempat tersebut?

Jawaban: *“karena tempat ini merupakan bangunan yang dimiliki oleh dinas kebudayaan provinsi DIY dan menjadi bangunan cagar budaya yang pengelolaannya diamanahkan kepada BPD DIY untuk selanjutnya dimanfaatkan sebagai kantor cabang syariahnya”*

5. Bagaimana struktur organisasi serta tugas dan wewenang pada setiap jabatan yang ada pada oleh BPD DIY Syariah Yogyakarta?

Jawaban: *“Struktur organisasinya lebih sederhana dari yang konven, ada beberapa divisi yang membawahi dari unit usaha BPD DIY ini, untuk cabangnya ada empat, UMY, Godean, Wonosari, dan Kusumanegara. Nah jadi UUS ini membawahi cabang, nanti di*

cabang ada beberapa staff yang disediakan, seperti marketing, pelayanan, selain cabang nanti juga ada cabang pembantu. Sedikit saya gambarkan ya mas, jadi disini saya membawahi operasional, kemudian dibawahnya ada unit usaha syariah

6. Bagaimana susunan keanggotaan DPS di bank BPD DIY Syariah Yogyakarta?

Jawaban: *“Untuk Dewan Pengawas Syariahnya itu ada pak Syafarudin Alawi sebagai anggota dan pak Muh Toha sebagai ketua DPS BPD DIY syariah”*

7. Apakah DPS bank BPD DIY Syariah Yogyakarta sudah melaksanakan pengawasan dengan baik?

Jawaban : *“ Oh iyaa mas tentu saja, beliau berdua memiliki jadwal untuk BPD DIY syariah setiap rabu, untuk memberikan masukan terkait pengembangan produk-produk yang ada, selain itu beliau berdua juga memberikan pelajaran yang sifatnya keagaamaan kepada karyawan di setiap jadwalnya”*

8. Apakah DPS bank BPD DIY Syariah Yogyakarta sudah berkontribusi terhadap pengembangan produk

Jawaban : *“ tentu saja mas, produk yang ada di BPD DIY syariah saat ini sebelum disediakan ke pasar merupakan masukan yang diterima dari beliau berdua”*

II. Pertanyaan Tentang Segmentation, Targetting, dan Positioning:

1. Segmen pasar mana yang dituju oleh BPD DIY Syariah Yogyakarta untuk produk Tabungan Sutera Mudharabah berdasarkan kriteria berikut:
Segmentasi geografik, Segmentasi demografik, segmentasi psikografik, segmentasi perilaku

Jawaban : *“ kalau untuk segmentasi yang sifatnya sepesifik seperti itu kita belum ada yang seperti itu, jadi kita menggunakan office chanlling, dari BPD DIY konvensional yang membantu dan menjadi keuntungan unit usaha syariah, tapi perkembangannya juga elum signifikan, karena perkembangannya hanya sebatas layanan tambahan dari konvensional yang memberikan layanan syariah. kalau umur kita ada tabungan untuk siswa, untuk umum, untuk mahasiswa, yang fungsinya hanya mengoptimalkan transaksi pembayaran spp, juga ada tabungan haji, yang mau kita launchingnar. Jadi kita masih menggeneralisir pasar ya mas, masih umum untuk semua segmen. Jadi untuk tabungan umum kita ada pilihan yang sebatas transaksi saja”*

2. Posisi apa yang ingin ditempati oleh BPD DIY Syariah Yogyakarta?

Jawaban: *“nah itu jawabannya ngga ada, sebenarnya ada infonya terkait share ada cuman saya ngga pernah diinfokan e mas jadi ngga bener benr tau dimana posisi maeket share dari BPD DIY syariah ini, terkatit presentasinya, jadi saya belum bias menjawab maksud dari pertanyaan mas aziz”*

III. Pertanyaan Tentang Bauran Pemasaran

1. Pertanyaan mengenai Produk

a) Produk apa saja yang dihasilkan oleh BPD DIY Syariah Yogyakarta?

Jawaban: *“jadi memang ada beberapa produk yang basicnya masih berasal dari konven yang kemudian diusahakan terkait akadnya dan juga sistemnya untuk bisa masuk menjadi produk bank syariah”*

b) Apa yang menjadi produk utama perusahaan?

Jawaban: ” *jadi sumber dana yang signifikan itu justru ada di produk layanan jasa pembayaran, kami banyak melakukan kerjasama dengan instansi pendidikan untuk selanjutnya kami kelola dananya, untuk pembiayaan sektor produktif mungkin baru tahun ini akan kami kembangkan untuk kami salurkan ke segmen mikro, untuk sementara kita masih bekerjasama dengan beberapa BMT, karena masih terbatasnya sumberdaya yang kita miliki ya mas, karena permintaan pasar dari produk syariah yang banyak untuk mengakomodir, baru sebatas itu saja”*

2. Pertanyaan mengenai Promosi

a) Bagaimana bentuk kegiatan promosi terhadap produk tabungan Sutera Mudharabah yang dilakukan oleh BPD DIY Syariah Yogyakarta?

Jawaban: “*tim tim pemasaran kita banyak ikut event-event yang diadakan disamping kita juga menggunakan media promosi yang umum seperti elektronik dan cetak”*

b) Bentuk promosi apa yang menjadi andalan untuk menunjang kegiatan pemasaran produk Tabungan Sutera Mudharabah BPD DIY Syariah Yogyakarta?

Jawaban: “*jadi karena untuk menggunakan media yang baru kita belum ada mas, jadi sifatnya masih pemanfaatan media yang lama, seperti ke nasabah nasabah lama kami di BPD Konvensional mas”*

3. Pertanyaan mengenai Harga

a) Berapa setoran awal minimum untuk melakukan pembukaan rekening baru untuk produk Tabungan BPD?

Jawaban: *“lima puluh ribu mas, masih sangat minim sekali karena memang pangsa pasarnya masi menengah kebawah “*

4. Pertanyaan mengenai Tempat

- a) Apa yang menjadi alasan bank BPD DIY memilih lokasi kantor bank BPD DIY Syariah di jalan Cik Ditiro 34

Jawaban: *“sebenarnya kita disini kita Cuma sampai desember 2017, selanjutnya kita akan pindah ke jalan magelang, sebenarnya kita sangat prospek disini tetapi karena kontraknya hanya sampai akhir 2017”*

5. Pertanyaan mengenai People

- a) Berapa jumlah karyawan BPD DIY Syariah Yogyakarta?

Jawaban: *“126 total seluruh cabang uus”*

- b) Apa rata-rata latar pendidikan dari seluruh karyawan?

Jawaban: *“Untuk profesional minimal harus S1”*

- c) Berapa lama rata-rata bekerja dari seluruh karyawan?

Jawaban: *“Saya ngga bisa menentukan rata ratanya mas, masih campuran antara pegawai lama dari konven dan rekrutan baru”*

- d) Setiap berapa bulan diadakan evaluasi terhadap kinerja karyawan?

Jawaban: *“Evaluasi ada tiap bulan, tetapi lebih ke marketing, untuk pelayanan itu evalusi tiap harinya, untuk operasional, ada anggaran yang disusun, sebisa mungkin sengirit mungkin ya mas”*

- e) Pendidikan dan pelatihan apa saja yang sudah dilakukan untuk memperbaiki kualitas SDM (Sumber Daya Manusia)?

Jawaban: *“Pelatihannya ada mas dari konven tetapi dari uus juga mengusulkan sesuai dengan kapasitasnya mas”*

6. Pertanyaan mengenai Bukti Fisik

- a) Apa bentuk penghargaan sebagai bukti dari kualitas produk Tabungan BSM dan sebagai usulan nilai tambah bagi nasabah?

Jawaban: *“oh ada mas ini disamping mas ini beberapa penghargaan yang kita peroleh, seperti dari infobank, kita termasuk bank dengan tingkat efisiensi, dan efektifitas yang sangat baik mas”*

7. Pertanyaan mengenai Lingkungan Industri

- a) Apakah terdapat produk pengganti dalam industri ini?

Jawaban: *“Sebenarnya di jogja ada asosiasi perbankan syariah, aspisindo jogja jadi kita ada forum yang membahas berbagai macam isu terbaru membahas pembagian pasar dan semuanya terkait bank syariah di wilayah jogja itu di bahas di forum itu”*

- b) Siapa yang menjadi pesaing potensial dari perusahaan ini?

Jawaban: *“Jadi kita ngga bisa saling take over karena sudah ada dari market share”*

8. Pertanyaan mengenai Lingkungan Jauh

- a) Bagaimana pengaruh kebijakan politik atau hukum pemerintah terhadap pemasaran produk Tabungan Sutura Mudharabah yang dilakukan BPD DIY Syariah Yogyakarta?

Jawaban: *“Kebijakan selama ini enak lah ada ojk yang intinya memudahkan pengembangan bank syariah”*

- b) Apakah terdapat Undang-Undang yang memiliki pengaruh terhadap berlangsungnya kegiatan pemasaran produk asuransi umum?

Jawaban: *“Jadi kita kan harus mengikuti ketentuan yang ada jadi manut aja mas, karena jika tidak mengikuti akan rugi sendiri”*



**KUISIONER PENELITIAN PENENTUAN BOBOT DAN *RATING*
FAKTOR STRATEGI INTERNAL DAN FAKTOR STRATEGI
EKSTERNAL PEMASARAN**

**ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN SUTERA MUDHARABAH BANK BPD DIY SYARIAH
YOGYAKARTA**

Nama :

Jabatan :

Dimohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi kuesioner ini secara lengkap, objektif, dan benar adanya, karena kuesioner ini adalah untuk penelitian skripsi dengan tujuan ilmiah sehingga diperlukan data yang valid dan akurat.

Oleh

MUHAMMAD AZIS

13820189



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017

Tujuan:

Perumusan kuisisioner ini bertujuan untuk mendapatkan penilaian responden mengenai faktor-faktor strategis internal maupun eksternal pemasaran yaitu dengan cara pemberian bobot dan rating terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan pemasaran produk Tabungan Sutura Mudharabah Bank BPD DIY Syariah.

Peneliti juga memberikan kesempatan kepada Bapak/Ibu untuk memberikan kritik dan saran pada kuisisioner ini, sebagai masukan untuk selanjutnya dapat menjadi pembelajaran bagi peneliti untuk pembuatan kuisisioner selanjutnya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk dapat memberikan pendapat pribadi terkait kuisisioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya, seluas-luasnya, dan sedalam-dalamnya. Semoga kebaikan Bapak/Ibu menjadi energi positif bagi kemajuan Bank BPD DIY Syariah khususnya dan juga kemajuan Perbankan Syariah di Indonesia umumnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Hormat saya
Muhammad Azis

Petunjuk umum:

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden.
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden.
3. Dalam pengisian kuesioner, responden diharapkan untuk melakukan secara langsung (tidak menunda untuk menghindari ketidakkonsistenan atas jawaban).
4. Responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang sudah tercantum dari kuesioner ini, memiliki pandangan berbeda dengan responden lainnya, atau dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika dilengkapi dengan alasan yang kuat.

Petunjuk khusus:

Nilai diberikan pada perbandingan berpasangan antara dua faktor (variabel horizontal dan variabel vertikal) berdasarkan kepentingan atau pengaruhnya terhadap perusahaan. Untuk menentukan bobot setiap faktor digunakan skala 1, 2, dan 3 dengan keterangan skala sebagai berikut:

Nilai 1 : Indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal.

Nilai 2 : Indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal.

Nilai 3 : Indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal.

Penentuan bobot merupakan pendapat masing-masing responden terhadap faktor-faktor strategis internal dan eksternal.

PENENTUAN BOBOT FAKTOR STRATEGI INTERNAL

PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SUTERA MUDHARABAH BANK

BPD DIY SYARIAH

Pertanyaan										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Citra Bank BPD DIY Syariah sebagai bank yang baik (A)										
Pemegang saham Bank BPD DIY Syariah terdiri dari pemilik modal yang kuat (B)										
Produk tabungan sutera mudharabah memiliki fitur & fasilitas yang menarik (C)										
Memiliki Sumber Daya Manusia yang berkualitas (D)										
Memiliki bagi hasil yang kompetitif (E)										
Kenyamanan dan kemudahan bertransaksi dengan menggunakan fasilitas <i>e-banking</i> (F)										

Masih kurangnya ketersediaan kantor cabang pembantu & kantor kas (G)										
Masih kurangnya ketersediaan ATM (H)										
Brand Image Bank BPD DIY Syariah hanya diperuntukkan bagi masyarakat muslim (I)										
Ketersediaan media periklanan baik media cetak, media elektronik, maupun media sosial(internet) (J)										

PENENTUAN RATING FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL

**PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SUTERA MUDHARABAH BANK
BPD DIY SYARIAH**

Pertanyaan										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Masyarakat mulai tertarik terhadap sistem perbankan syariah (A)										
Masih luasnya pangsa pasar jasa keuangan & perbankan syariah di DIY (B)										
Tingginya populasi penduduk beragama Islam di wilayah DIY (C)										
Menjalin kerjasama dengan pihak birokrasi maupun pihak swasta dalam penggunaan layanan jasa & produk (D)										

Perluasan jaringan Bank BPD DIY Syariah (E)									
Minimnya SDM yang berkompeten dalam bidang perbankan syariah (F)									
Semakin lengkapnya fitur dan inovasi produk bank pesaing yang di tawarkan (G)									
Banyaknya lembaga keuangan dan bank syariah di wilayah DIY (H)									
Semakin gencarnya promosi sesama kompetitor bank syariah(I)									
Keadaan perekonomian nasional maupun regional yang belum stabil(J)									

PENENTUAN RATING FAKTOR STRATEGI INTERNAL

PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SUTERA MUDHARABAH BANK BPD DIY SYARIAH

Mohon berikan pendapat atas pernyataan di bawah ini, kemudian berilah tanda ceklis (√) satu dari empat poin jawaban berdasarkan pertanyaan tersebut

poin penilaian: 1 = kelemahan utama, 2 = kelemahan kecil, 3=kekuatan kecil, 4 = kekuatan utama

No	Pertanyaan	Rating			
		1	2	3	4
1	Citra Bank BPD DIY Syariah sebagai bank yang baik				
2	Pemegang saham Bank BPD DIY Syariah terdiri dari pemilik modal yang kuat				
3	Produk tabungan sutera mudharabah memiliki fitur & fasilitas yang menarik				
4	Memiliki Sumber Daya Manusia yang berkualitas				
5	Memiliki bagi hasil yang kompetitif				
6	Kenyamanan dan kemudahan bertransaksi dengan menggunakan fasilitas <i>e-banking</i>				
7	Masih kurangnya ketersediaan kantor cabang pembantu & kantor kas				
8	Masih kurangnya ketersediaan ATM				

9	Brand Image Bank BPD DIY Syariah hanya diperuntukkan bagi masyarakat muslim				
10	Ketersediaan media periklanan baik media cetak, media elektronik, maupun media sosial(internet)				

PENENTUAN RATING FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL

PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SUTERA MUDHARABAH BANK BPD DIY SYARIAH

Mohon berikan pendapat atas pernyataan di bawah ini, kemudian berilah tanda ceklis (√) satu dari empat poin jawaban berdasarkan pertanyaan tersebut

poin penilaian berdasarkan respon perusahaan terhadap faktor tersebut; 1 = sangat kurang, 2 = kurang, 3 = baik, 4 = sangat baik

No	Pertanyaan	Rating			
		1	2	3	4
11	Masyarakat mulai tertarik terhadap sistem perbankan syariah				
12	Masih luasnya pangsa pasar jasa keuangan & perbankan syariah di DIY				
13	Tingginya populasi penduduk beragama Islam di wilayah DIY				
14	Menjalin kerjasama dengan pihak birokrasi maupun pihak swasta dalam penggunaan layanan jasa & produk				

15	Perluasan jaringan Bank BPD DIY Syariah				
16	Minimnya SDM yang berkompeten dalam bidang perbankan syariah				
17	Semakin lengkapnya fitur dan inovasi produk bank pesaing yang di tawarkan				
18	Banyaknya lembaga keuangan dan bank syariah di wilayah DIY				
19	Semakin gencarnya promosi sesama kompetitor bank syariah				
20	Keadaan perekonomian nasional maupun regional yang belum stabil				

RESPONDEN	S1	S2	S3	S4	S5	W1	W2	W3	W4	W5
1/R1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
2/R1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4
3/R1	4	4	4	4	4	4	1	1	2	4
4/R1	4	4	3	3	3	1	2	2	2	4
5/R1	4	4	4	4	4	4	1	1	2	4
6/R1	4	4	4	4	3	1	2	2	2	4
7/R2	4	4	4	4	4	3	2	2	2	4
8/R2	4	4	4	4	4	1	2	2	2	4
9/R2	4	4	3	4	4	3	2	2	2	4
10/R2	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4
11/R2	4	4	3	4	3	1	2	2	3	4
12/R2	4	4	3	3	1	2	2	2	2	4
13/R2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
14/R2	4	3	3	3	3	1	2	3	3	4
15/R2	4	4	4	4	4	4	1	1	2	4
16/R2	4	4	4	4	4	1	2	2	3	4
17/R2	4	4	4	4	4	1	2	3	4	4
18/R2	4	4	4	4	3	1	2	2	2	4
19/R2	4	4	4	4	4	2	2	2	3	4
20/R2	4	4	3	4	3	3	2	2	4	4
21/R2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	4
22/R3	3	3	2	2	3	1	2	2	1	3
23/R3	4	3	3	4	3	2	3	1	2	4
24/R3	4	3	3	2	1	1	2	2	4	4
25/R3	4	4	4	4	4	1	2	2	3	4
26/R3	4	4	3	4	4	4	2	2	2	4
27/R3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4

28/R3	4	3	4	4	4	2	2	2	2	4
29/R3	4	3	4	4	3	2	2	2	2	4
30/R3	4	4	4	4	3	4	2	2	2	4
31/R3	4	4	3	3	4	3	1	2	2	4
32/R3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4
33/R3	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4
Rata rata	3.78	3.65	3.54	3.7	3.45	2.3	2.4	2.43	2.8	2.78
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA										
Responden	O1	O2	O3	O4	O5	T1	T2	T3	T4	T5
1/R1	4	4	4	4	4	2	3	3	3	2
2/R1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3/R1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4/R1	4	4	4	4	4	4	1	1	2	4
5/R1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
6/R1	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
7/R2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8/R2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9/R2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
10/R2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2
11/R2	3	4	4	3	4	2	1	3	2	2
12/R2	3	3	3	4	4	2	1	2	2	2
13/R2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3
14/R2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
15/R2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3
16/R2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2

17/R2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2
18/R2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
19/R2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20/R2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21/R2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2
22/R3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	2
23/R3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3
24/R3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2
25/R3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3
26/R3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
27/R3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2
28/R3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2
29/R3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3
30/R3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3
31/R3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3
32/R3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3
33/R3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2
Rata-rata	3.4	3.7	3.5	3.4	3.5	3.23	3.29	3.2	3.16	3.3

Hasil Pembobotan Faktor Internal

Kode	Bobot			Rataan
	R1	R2	R3	
A	0.1222	0.1167	0.1167	0.118533
B	0.1444	0.0778	0.0667	0.0963
C	0.0944	0.1056	0.1278	0.109267
D	0.1	0.1167	0.05	0.0889
E	0.1056	0.0722	0.0889	0.0889
F	0.0889	0.0944	0.1278	0.1037
G	0.1	0.1278	0.1167	0.114833
H	0.1056	0.0833	0.0833	0.090733
I	0.1333	0.1111	0.1278	0.124067
J	0.0778	0.1000	0.1222	0.1

Hasil Perhitungan Pembobotan Faktor Eksternal

Kode	Bobot			Rataan
	R1	R2	R3	
A	0.1429	0.0893	0.1339	0.12203
B	0.1071	0.1339	0.0893	0.1101
C	0.0714	0.0893	0.0714	0.077367
D	0.1339	0.1250	0.0982	0.119033
E	0.1339	0.1518	0.1339	0.139867
F	0.1250	0.1429	0.1786	0.148833
G	0.1339	0.1518	0.1339	0.139867

H	0.1250	0.1161	0.1518	0.130967
I	0.0982	0.0804	0.1339	0.104167
J	0.1339	0.1250	0.1339	0.130933

Hasil Rating Faktor Internal

No	Faktor Internal	Rating			Rataan
		R1	R2	R3	
	Kekuatan				
1	Citra Bank BPD DIY Syariah sebagai bank yang baik	4	4	3.9	3.78
2	Pemegang saham Bank BPD DIY Syariah terdiri dari pemilik modal yang kuat	4	3.8	3.6	3.65
3	Produk tabungan sutera mudharabah memiliki fitur & fasilitas yang menarik	3.6	3.4	3.5	3.5
4	Memiliki Sumber Daya Manusia yang berkualitas	3.8	3.8	3.6	3.7
5	Memiliki bagi hasil yang kompetitif	3.8	3.2	3.3	3.4
	Kelemahan	R1	R2	R3	TOTAL
1	Kenyamanan dan kemudahan bertransaksi dengan menggunakan fasilitas <i>e-banking</i>	1.6	2.2	2.05	2.39

2	Masih kurangnya ketersediaan kantor cabang pembantu & kantor kas	3	2.1	2.21	2.43
3	Masih kurangnya ketersediaan ATM	2	2.4	2.5	2.8
4	Brand Image Bank BPD DIY Syariah hanya diperuntukkan bagi masyarakat muslim	3.5	2.7	3.05	3.4
5	Ketersediaan media periklanan baik media cetak, media elektronik, maupun media sosial(internet)	1.5	2.3	2	2.4

Hasil Rating Faktor Eksternal

no	Faktor Eksternal	Rating			Rataan
		R1	R2	R3	
	Peluang				
1	Masyarakat mulai tertarik terhadap sistem perbankan syariah	3.5	3.2	3.7	3.4
2	Masih luasnya pangsa pasar jasa keuangan & perbankan syariah di DIY	3.5	3.6	3.3	3.37
3	Tingginya populasi penduduk beragama Islam di wilayah DIY	3.5	3.6	3.4	3.5
4	Menjalin kerjasama dengan pihak birokrasi maupun pihak swasta dalam penggunaan layanan jasa & produk	3.6	3.5	3.3	3.4

5	Perluasan jaringan Bank BPD DIY Syariah	3.6	3.5	3.3	3.4
	ANCAMAN				
1	Minimnya SDM yang berkompeten dalam bidang perbankan syariah	3.1	2.8	3	3.23
2	Semakin lengkapnya fitur dan inovasi produk bank pesaing yang di tawarkan	2.8	3.5	3.1	3.39
3	Banyaknya lembaga keuangan dan bank syariah di wilayah DIY	3.3	3.1	3.05	3.2
4	Semakin gencarnya promosi sesama kompetitor bank syariah	2.8	3.2	2.6	3.16
5	Keadaan perekonomian nasional maupun regional yang belum stabil	3	3	3.7	3.3

Keterangan:

R1 : Senior Officer

R2 : Operational Officer

R3 : Marketing Officer

Dokumentasi

Officer dan marketing BPD DIY Syariah Kantor Cabang Wonosari



Officer Senior BPD DIY Syariah Cik Ditiro



CURICULUM VITAE



DATA PRIBADI

Nama : Muhammad Azis
Alamat : Malangrejo, Wedomartani,
Ngeplak, Sleman
Tempat tanggal lahir : Bogor, 17 Oktober, 1994
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia

RIWAYAT PENDIDIKAN

2000 -2006 : SDN Pabuaran 07
2006 -2009 : SMPN 1 Cibinong
2009 – 2012 : SMAN 8 Purworejo
2013 – 2017 : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Riwayat Pengalaman Kerja dan Organisasi

Anggota fundriser di Dompot Dhuafa ramadhan 2014/1435 H

Manajer Area fundriser di Dompot Dhuafa ramadhan 2015/1436 H

Manajer Area fundriser di Dompot Dhuafa ramadhan 2016/1437 H

Public Relation di DENTAL.ID