

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **Pedoman Wawancara Profil Usaha**

1. Apa saja persyaratan untuk menjadi anggota tabungan Idul Fitri ?
2. Sejak kapan berdirinya cabang BMT UGT Sidogiri yang berlokasi di Jl. Sungai Bilu (Veteran) ?
3. Sejak kapan ada produk tabungan Idul Fitri di BMT UGT Sidogiri ?
4. Apa saja keunggulan dari tabungan Idul Fitri ?
5. Bagaimana perkembangan tabungan Idul Fitri pertahunnya ?
6. Bagaimana strategi pemasaran tabungan Idul Fitri ?
7. Apa saja sarana yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri dalam memasarkan tabungan Idul Fitri ?
8. Siapa saja yang menjadi target pemasaran tabungan Idul Fitri ? Apakah ada kalangan tertentu yang menjadi target pemasaran ?
9. Apa akad yang digunakan dalam tabungan Idul Fitri ?

### **Pedoman Wawancara Untuk Pemilik Terkait SWOT**

1. Ada berapa jumlah karyawan yang ada pada bagian pemasaran ?

2. Apa saja persyaratan untuk menjadi karyawan dibagian pemasaran ?
3. Apakah latar belakang pendidikan menjadi prioritas utama menjadi karyawan di BMT UGT Sidogiri ?
4. Apakah ada teknologi khusus yang digunakan dalam pemasaran produk ?
5. Dimana saja lokasi untuk memasarkan produk tabungan Idul Fitri ?
6. Bagaimana cara BMT UGT Sidogiri mendapatkan referensi calon anggota ? apakah dari anggota itu sendiri atau dengan cara bekerjasama dengan cabang BMT UGT Sidogiri lain untuk mendapatkan referensi anggota baru ?
7. Apa saja keunggulan yang di dapat bagi anggota dalam menggunakan tabungan Idul Fitri ?
8. Apa saja kendala yang dirasakan selama ini dalam memasarkan tabungan Idul Fitri ?

**TABEL BOBOT FAKTOR STRATEGIS INTERNAL**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>L</b>	<b>Total</b>	<b>Bobot</b>
<b>Kekuatan</b>														
A. Tempat yang strategis	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	28	0,10
B. Mempunyai aplikasi mobile	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	28	0,10
C. Memberikan pelayanan prima	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	28	0,10
D. Memberikan bonus sembako	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	30	0,11
E. Biaya administrasi ringan	1	1	1	1	2	1	1	3	3	3	3	3	21	0,08
F. Persyaratan mudah	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	28	0,10
G. Memberikan kesempatan pelatihan untuk meningkatkan <i>softskill</i> SDM	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	28	0,10
<b>Kelemahan</b>														
H. Minimnya minat menabung masyarakat terhadap tabungan Idul Fitri	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	2	2	17	0,06
I. Keterbatasan SDM	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12	0,04
J. Kurangnya promosi	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12	0,04
K. Penggunaan aplikasi masih terbatas	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	2	2	17	0,06
L. Lokasi usaha kurang luas	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	2	2	17	0,06
<b>Total</b>													<b>264</b>	<b>1,00</b>

**TABEL BOBOT FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>Total</b>	<b>Bobot</b>
<b>Peluang</b>													
A. Mayoritas masyarakat Banjarmasin yang beragama Muslim	2	2	3	3	2	3	2	3				18	0,16
B. Tingginya kebutuhan masyarakat pada saat menjelang lebaran Idul Fitri	2	2	3	3	2	3	2	3				18	0,16
C. Tradisi masyarakat Banjarmasin yang pulang kampung	1	1	2	3	1	2	1	3				12	0,11
D. Adanya masyarakat sekitar yang membuka arisan sembako	1	1	1	2	1	1	1	2				8	0,07
<b>Ancaman</b>													
E. Banyaknya pesaing disekitar lokasi usaha	2	2	3	3	2	3	2	3				18	0,16
F. Banyaknya pilihan produk dari lembaga keuangan lain yang menawarkan banyak keunggulan	1	1	2	3	1	2	1	3				12	0,11
G. Semakin <i>inovatif</i> fitur produk lembaga keuangan lain yang dilengkapi dengan teknologi canggih	2	2	3	3	2	3	2	3				18	0,07
H. Gencarnya promosi yang dilakukan kompetitor	1	1	1	2	1	1	1	2				8	0,07
<b>Total</b>												<b>112</b>	<b>1,00</b>

**A. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING TERHADAP FAKTOR- FAKTOR STRATEGIS INTERNAL**

**Peringkat nilai rating terhadap faktor kekuatan perusahaan**

**Petunjuk Pengisian**

1. Pemberian nilai peringkat/rating menunjukkan tingkat faktor strategis sebagai kekuatan atau kelemahan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :  
 Nilai **4**, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kekuatan utama**.  
 Nilai **3**, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kekuatan kecil**.
2. Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda check list (√).

<b>Kekuatan</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
• Letak yang strategis	√	
• Mempunyai aplikasi mobile	√	
• Memberikan pelayanan prima	√	
• Memberikan bonus sembako	√	
• Biaya administrasi ringan		√
• Persyaratan mudah	√	
• Memberikan kesempatan pelatihan untuk meningkatkan <i>softskill</i> SDM	√	

**Pemberian nilai rating terhadap faktor kekuatan perusahaan Petunjukan Pengisian :**

1. Pemberian nilai peringkat/rating menunjukkan tingkat faktor strategis sebagai kekuatan atau kelemahan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :  
 Nilai **1**, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kelemahan utama**.  
 Nilai **2**, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kelemahan kecil**.
2. Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda check list (√)

<b>Kelemahan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
• Minimnya minat menabung masyarakat terhadap tabungan Idul Fitri		√
• Keterbatasan SDM	√	
• Kurangnya promosi	√	
• Penggunaan aplikasi masih terbatas		√
• Lokasi usaha yang kurang luas		√

## B. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING TERHADAP FAKTOR- FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL

### 1. Pemberian nilai peringkat/rating terhadap peluang

#### Petunjuk Pengisian :

Pemberian nilai peringkat didasarkan pada kemampuan perusahaan dalam meraih peluang yang ada. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :

Nilai **4**, Jika perusahaan mempunyai kemampuan **sangat baik** dalam meraih peluang tersebut.

Nilai **3**, Jika perusahaan mempunyai kemampuan **baik** dalam meraih peluang tersebut.

Nilai **2**, Jika perusahaan mempunyai kemampuan **cukup baik** dalam meraih peluang tersebut.

Nilai **1**, Jika perusahaan mempunyai kemampuan **tidak baik** dalam meraih peluang tersebut.

Peluang	4	3	2	1
• Mayoritas masyarakat Banjarmasin yang beragama Muslim	√			
• Tingginya kebutuhan masyarakat pada saat menjelang lebaran Idul Fitri	√			
• Tradisi masyarakat Banjarmasin yang pulang kampung		√		
• Adanya masyarakat sekitar yang membuka arisan Sembako			√	

### 2. Pemberian nilai peringkat/rating terhadap ancaman

#### Petunjuk Pengisian :

Pemberian nilai peringkat didasarkan pada besarnya ancaman yang dapat mempengaruhi keberadaan perusahaan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :

Nilai **4**, Jika faktor ancaman memberikan **pengaruh yang sangat kuat** terhadap perusahaan.

Nilai **3**, Jika faktor ancaman memberikan **pengaruh kuat** terhadap perusahaan.

Nilai **2**, Jika faktor ancaman memberikan **pengaruh biasa** terhadap perusahaan.

Nilai **1**, Jika faktor ancaman **tidak memberikan pengaruh** terhadap perusahaan.

<b>Ancaman</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
• Banyaknya pesaing disekitar lokasi usaha	√			
• Banyaknya pilihan produk dari lembaga keuangan lain yang menawarkan banyak keunggulan		√		
• Semakin <i>inovatif</i> fitur produk lembaga keuangan lain yang dilengkapi dengan teknologi canggih	√			
• Gencarnya promosi yang dilakukan kompetitor			√	

**KUISIONER PENELITIAN  
RISET SWOT  
FAKTOR STRATEGIS INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN**

**Riset SWOT**

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan organisasi ini.
2. Kondisi eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman organisasi ini.

**Cara Pengisian:**

- a. Penilaian kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja organisasi saat ini.
- b. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

**Acuan Pengisian Kuesioner ini Adalah Sebagai Berikut:**

**Penilaian Kondisi Saat ini:**

Angka 1 = sangat kurang  
 Angka 2 = kurang  
 Angka 3 = cukup  
 Angka 4 = agak baik  
 Angka 5 = baik  
 Angka 6 = sangat baik

**Penilaian Urgensi Penanganan:**

Angka 1 = tidak urgen  
 Angka 2 = kurang urgen  
 Angka 3 = urgen  
 Angka 4 = sangat urgen

No	Indikator KEKUATAN	Penilaian Kondisi						Urgensi			
		Saat ini						Penanganan			
1	Tempat yang strategis					5					4
2	Memiliki aplikasi mobile					5					4
3	Memberikan pelayanan prima					5				3	
4	Memberikan bonus sembako						6				4
5	Biaya administrasi ringan				4					3	
6	Persyaratan yang mudah				4						
7	Memberikan kesempatan pelatihan untuk meningkatkan <i>softskill</i> SDM					5				3	

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi						Urgensi			
		Saat ini						Penanganan			
1	Minimnya minat menabung masyarakat terhadap tabungan Idul Fitri					5				3	
2	Keterbatasan SDM				4				2		
3	Kurangnya promosi				4				2		
4	Penggunaan aplikasi masih terbatas				4				2		
5	Lokasi usaha yang kurang luas					5				3	

No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
1	Mayoritas masyarakat Banjarmasin yang beragama Muslim					5				3	
2	Tingginya kebutuhan masyarakat pada saat menjelang lebaran Idul Fitri					5					4
3	Tradisi masyarakat Banjarmasin yang pulang kampung						6				4
4	Adanya masyarakat sekitar yang membuka arisan sembako					5				3	

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
1	Banyaknya pesaing di sekitar lokasi usaha					5				3	
2	Banyaknya pilihan produk dari lembaga keuangan lain yang menawarkan banyak keunggulan				4				2		
3	Semakin <i>inovatif</i> fitur produk lembaga keuangan lain yang dilengkapi dengan teknologi canggih				4					3	
4	Gencarnya promosi yang dilakukan kompetitor					5				3	

## **KUISIONER PENELITIAN**

### **PENILAIAN QSPM**

#### **FAKTOR STRATEGIS INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN**

**TUJUAN:** Mendapatkan penilaian para responden mengenai daya tarik relatif faktor-faktor strategis internal maupun eksternal BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin terhadap strategi yang akan diimplementasikan, yaitu dengan cara pemberian rating terhadap seberapa besar faktor strategis tersebut mempunyai daya tarik untuk menunjang keberhasilan alternatif strategi pemasaran

#### **PETUJUK UMUM:**

1. Pengisian kuisisioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari responden.
3. Dalam pengisian kuisisioner, responden diharapkan untuk melakukannya secara sekaligus (tidak menunda) untuk menghindari inkonsistensi jawaban.

#### **PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING TERHADAP FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL DAN INTERNAL**

Petunjuk Pengisian: Pemberian nilai peringkat didasarkan pada daya tarik setiap faktor strategis internal dan eksternal terhadap alternatif strategi pemasaran yang layak untuk diimplementasikan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut:

1 = tidak menarik    3 = cukup menarik

2 = agak menarik    4 = sangat menarik

Faktor Sukses Kritis	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8	
		AS	TAS														
Kekuatan																	
A. Tempat yang strategis	0,10	3	0,30	2	0,20	1	0,10	3	0,30	2	0,20	4	0,40	4	0,40	2	0,20
B. Mempunyai aplikasi mobile	0,10	2	0,20	3	0,30	2	0,20	4	0,40	3	0,30	3	0,30	4	0,40	2	0,20
C. Memberikan pelayan prima	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40	2	0,20	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30
D. Memberikan bonus sembako	0,11	1	0,11	3	0,33	3	0,33	2	0,22	2	0,22	4	0,44	4	0,44	4	0,44
E. Biaya administrasi ringan	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30	3	0,30
F. Persyaratan mudah	0,08	2	0,16	2	0,16	2	0,16	1	0,08	1	0,08	3	0,24	4	0,32	3	0,24
G. Memberikan kesempatan pelatihan untuk meningkatkan <i>softskill</i> SDM	0,10	3	0,30	4	0,40	3	0,30	3	0,30	2	0,20	2	0,20	4	0,40	1	0,10
Kelemahan																	
H. Minimnya minat menabung masyarakat terhadap tabungan Idul Fitri	0,06	1	0,06	3	0,18	1	0,06	2	0,12	3	0,12	4	0,24	3	0,18	2	0,12
I. Keterbatasan SDM	0,04	4	0,16	4	0,16	2	0,08	4	0,16	4	0,18	3	0,12	4	0,16	1	0,04
J. Kurangnya promosi	0,04	3	0,12	3	0,12	2	0,08	3	0,12	4	0,04	4	0,16	4	0,16	3	0,12
K. Penggunaan aplikasi	0,06	2	0,12	4	0,24	4	0,24	4	0,24	3	0,18	4	0,24	3	0,18	2	0,12

masih terbatas																	
L. Lokasi usaha yang kurang luas	0,06	1	0,06	4	0,24	1	0,06	2	0,12	4	0,12	3	0,18	4	0,24	2	0,12
Peluang																	
A. Mayoritas masyarakat Banjarmasin yang beragama muslim	0,16	2	0,24	4	0,64	1	0,16	3	0,48	1	0,16	2	0,32	3	0,48	1	0,16
B. Tingginya kebutuhan masyarakat pada saat menjelang lebaran Idul Fitri	0,16	3	0,48	3	0,48	1	0,16	4	0,64	2	0,32	4	0,64	3	0,48	2	0,32
C. Tradisi masyarakat Banjarmasin yang pulang kampung	0,11	1	0,11	3	0,33	2	0,22	2	0,22	3	0,33	3	0,33	4	0,44	1	0,11
D. Adanya masyarakat sekitar yang membuka arisan sembako	0,07	2	0,14	3	0,21	4	0,28	1	0,07	1	0,07	2	0,14	4	0,28	3	0,21
Ancaman																	
E. Banyaknya pesaing di sekitar lokasi usaha	0,07	1	0,07	2	0,14	3	0,21	2	0,14	2	0,14	3	0,21	4	0,28	4	0,28
F. Banyaknya pilihan produk dari lembaga	0,16	4	0,64	1	0,16	2	0,32	2	0,32	4	0,64	3	0,48	2	0,32	3	0,48

keuangan lain yang menawarkan banyak keunggulan																	
G. Semakin <i>inovatif</i> fitur produk lembaga keuangan lain yang dilengkapi dengan teknologi canggih	0,07	3	0,21	3	0,21	2	0,14	2	0,14	4	0,28	3	0,21	4	0,28	1	0,07
H. Gencarnya promosi yang dilakukan kompetitor	0,07	3	0,21	2	0,14	2	0,14	3	0,21	1	0,07	3	0,21	3	0,21	1	0,07
TOTAL			<b>4,49</b>		<b>5,34</b>		<b>4,04</b>		<b>4,88</b>		<b>4,45</b>		<b>6,06</b>		<b>6,83</b>		<b>4,00</b>

Keterangan Strategi :

Strategi 1 : Meningkatkan hubungan ikatan baik dengan anggota

Strategi 2 : Mempertahankan ciri khas produk tabungan Idul Fitri

Strategi 3 : Mempertahankan sumber daya manusia yang potensial untuk dapat memberikan pelayanan yang baik agar dapat menghadapi persaingan

Strategi 4 : Membangun kerjasama dengan bank atau lembaga keuangan lain untuk mengembangkan penggunaan aplikasi mobile

Strategi 5 : Membangun *brand image* dimasyarakat

Strategi 6 : Menambah SDM pemasaran

Strategi 7 : Meningkatkan promosi yang lebih gencar di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar

Strategi 8 : Memperluas media pengaksesan aplikasi

**Foto Kantor BMT UGT Sidgiri Cabang Banjamasin**



**Foto ruang tunggu untuk anggota yang ingin melakukan transaksi**



**Foto penilaian angket yang di nilai langsung oleh Kepala Cabang**



**Foto bersama Bpk. Ali selaku Kepala Cabang BMT UGT Sidogiri**



**Foto bersama sebagian Staf Karyawan BMT UGT Sidogiri**



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Nama : Sugiannor
2. Tempat, Tanggal Lahir : Banjarmasin, 26 Agustus 1995
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Warga Negara : Indonesia
6. Status Perkawinan : Belum Menikah
7. Alamat : Jl. Soetoyo. S. Komp. Purnasakti Jalur. XI<sup>c</sup>,
8. Pendidikan :
  - a. SDN Mawar 8 Banjarmasin
  - b. SMPN 4 Banjarmasin
  - c. SMA PGRI 2 Banjarmasin
  - d. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin Program S1 Jurusan Perbankan Syariah.
9. Orang Tua
  - Ayah
    - a. Nama : Masdari
    - b. Pekerjaan : Swasta
    - c. Alamat : Jl. Soetoyo. S. Komp. Purnasakti Jalur. XI<sup>c</sup>,
  - Ibu
    - a. Nama : Sumini
    - b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
    - c. Alamat : Jl. Soetoyo. S. Komp. Purnasakti Jalur. XI<sup>c</sup>,
10. Saudara/Anak ke : Ke 8 (delapan) dari 8 bersaudara

Banjarmasin, 15 Januari 2018

Penulis,

**Sugiannor**

NIM. 1301160397