

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka

Bank syariah adalah bank yang menjalankan segala aktivitasnya berdasarkan syariat Islam. Ciri khas dari bank syariah itu sendiri yaitu menghindari segala praktik-praktiknya yang mengandung unsur bunga atau riba. Pada abad ke-20 sekitar tahun 1940 para cendekiawan muslim seperti Anwar Qureshi (1946), Naiem Siddiqi (1948) dan Mahmud Ahmad (1952) memulai suatu konsep Bank Syariah dengan konsep dasar yaitu bagi hasil. Pada tahun 1963 terbentuknya bank pertama dengan nama Myt Ghamr di Mesir. Perintis awal dari bank tersebut adalah Ahmad El Najjar, modal yang didapatkan dibantu oleh Raja Faisal dari Arab Saudi. Bank Myt Ghamr mampu menyatukan manajemen perbankan dari Negara Jerman dengan prinsip-prinsip muamalah atau jual beli berdasarkan syariat Islam, dengan mengaplikasikan dalam pelayanan dari produk bank yang sangat efektif yang mana itu sesuai untuk didaerah pedesaan, yang hampir seluruh industri dipedesaan tersebut adalah industri pertanian. Antonio (2017) menjelaskan bank Myt Ghamr pada tahun 1971 ditutup. Lalu, berdirilah bank dengan nama bank *Nasser Social*.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus tahun 1990 mengadakan lokakarya. Pada tahun 1991 dibuatlah akta pendirian untuk PT. Bank

Muamalat Indonesia yaitu sebagai bank syariah yang pertama di Indonesia. Pada itu Indonesia sempat mengalami krisis ekonomi, dan saat itu bank Muamalat mampu bertahan, sedangkan bank komersil tak mampu bertahan, setelah krisis berlalu muncullah bank syariah yang kedua di Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri. Oleh karena itu dengan berdirinya bank syariah di Indonesia pemerintah membuat undang-undang baru UU No. 7 Tahun 1992 yang berisikan tentang perbankan. Di Undang-Undang (UU) tersebut dijelaskan tentang prinsip bagi hasil. Oleh karena itulah, Bank Syariah di Indonesia memulai *dual banking system* di Indonesia.

Dari tahun 1992 sampai dengan 1998 hanya satu bank syariah di Indonesia, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dengan berjumlah 78 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang beroperasi. Lalu pada tahun 1998 pemerintah telah membuat amandemen UU No. 10 Tahun 1998 bertujuan untuk memperkuat sistem perbankan syariah yang ada di Indonesia. Dengan itu, bank syariah dapat menjalankan sesuai dengan prinsip syariat Islam dan ini berdampak pada perkembangan perbankan syariah dengan pesat. (Fardillah, 2021) Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka sebelum melakukan *merger* yaitu dulunya merupakan Bank Syariah Mandiri (BSM). Bank ini mulai berdiri dari tahun 2010 dan memiliki jumlah nasabah kurang lebih 6 ribu. Nasabah di Bank Syariah ini bermacam-macam profesi pekerjaannya yaitu seperti wiraswasta, PNS, mahasiswa, pedagang, karyawan swasta, dsb. Akan tetapi, yang paling dominan yaitu berprofesi pedagang.

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk mempunyai 1 kantor pusat, 262 kantor cabang, 781 kantor cabang pembantu, 40 KFO Gadai, 2 KFO Mikro, dan ada tersebar 59 kantor kas diseluruh Indonesia per 30 Juni 2022. Salah satu kantor cabang pembantu di Indonesia yaitu PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka yang berlokasi cukup strategis yaitu di tengah-tengah pusat perbelanjaan yang tepatnya di Jl. Niaga Utara No.7, Kertak Baru Ilir, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan

b. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka

Visi dan misi dari PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Banjarmasin Pasar Cempaka membantu pihak perusahaan mengetahui tujuan dan langkahlangkah untuk mencapai hasil yang diinginkan di masa depan. Dan juga membantu perusahaan dalam membuat suatu keputusan yang merujuk pada strategi dan rencana kerja Bank Syariah Indonesia itu sendiri. Berikut dibawah ini visi misi dari PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Banjarmasin Pasar Cempaka yaitu antara lain:

a. Visi

Top 10 Global Islamic Banking

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Dengan melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
- 2) Menjadi bank terbesar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Masuk dalam top 5 bank yang paling profitable

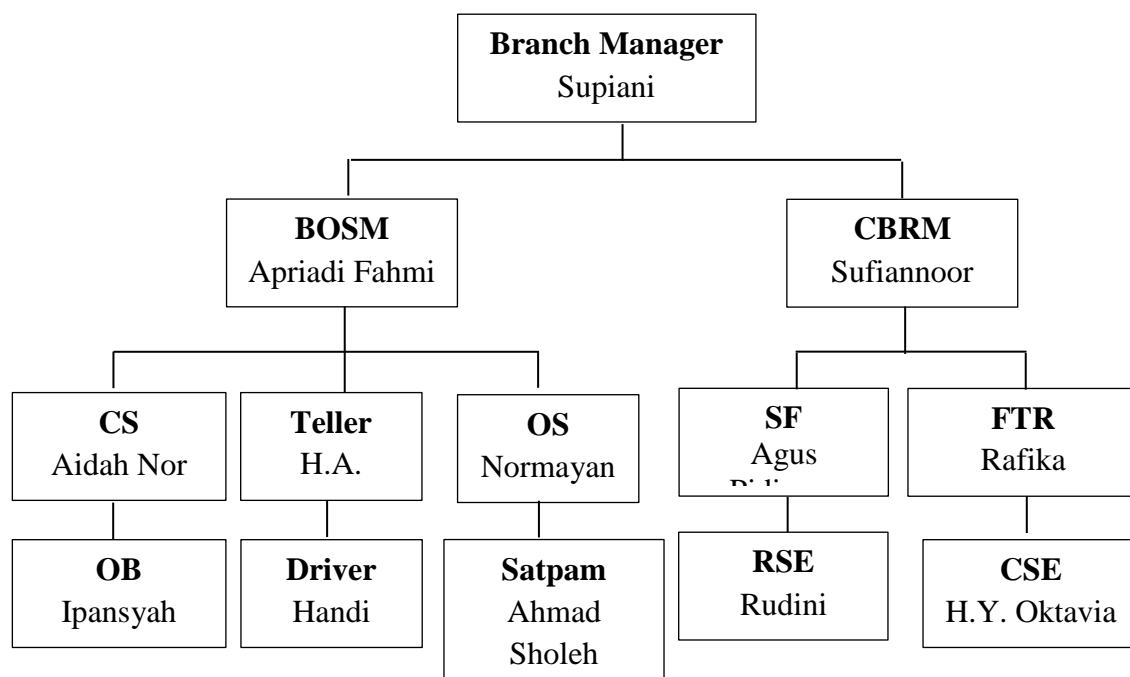
di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. dengan meningkatkan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

c. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin
Pasar Cempaka

Struktur Organisasi merupakan faktor penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang efektif dan efisien dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Struktur organisasi memberikan panduan tentang bagaimana tugas dan tanggung jawab masing-masing serta saling bekerja sama untuk mencapai tujuan perusahaan.

Hal ini juga dilakukan Bank Syariah Indonesia Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka guna mempermudah kinerja secara efektif untuk mencapai target. Struktur Organisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja terutama sebagai lembaga keuangan bank yang dominan memberikan layanan keuangan ke nasabah. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka ini terlihat pada gambar 4.1 berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KP Pasar Cempaka

Berikut penjelasan mengenai Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka :

- a. *Branch Manager* (BM) adalah kepala cabang atau pemimin dari Bank Syariah Indonesia yang membawahi semua defisi lainnya. Branch manager bertugas memimpin kantor cabang dan memastikan agar target dari kantor cabang terpenuhi dalam waktu yang tepat.
- b. *Branch Operasional & Service Manager* (BOSM) adalah orang yang bertanggung jawab penuh terhadap operasional kantor beserta segala kelengkapan administrasi sebuah perusahaan.
- c. *Customer Business Relationship Manager* (CBRM) adalah seseorang yang bertugas menawarkan produk dan jasa kepada nasabah.

- d. *Customer Service* (CS) adalah seseorang yang bertugas dalam melakukan suatu pelayanan kepada nasabah, *maintenance*, pemindah bukuan ataupun mengenai *standing instruction*.
- e. *Teller* adalah pegawai bank yang bertugas melayani nasabah terkait keperluan perbankan, berupa transfer uang, penyimpanan uang, pencairan cek, deposito dan sebagainya.
- f. *Operasional Staff* (OS) adalah seorang profesional yang memiliki tanggung jawab dan tugas untuk memastikan seluruh operasional harian perusahaan dapat bekerja dengan efisien dan sesuai dengan timeline. Di dalam melakukan tugasnya, staff operasional akan melaporkan langsung kepada manajer operasional.
- g. *Sales Force* (SF) adalah seseorang yang bertugas melakukan pemasaran atau promosi mengenai produk bank dan bertanggung jawab atas kegiatan penghimpunan dana dari nasabah serta melakukan survei pendataan calon nasabah mengenai produk yang dipilih oleh nasabah tersebut.
- h. *Funding Transaction Relationship* (FTR) adalah seseorang yang bertugas melakukan proses marketing atau produk funding seperti pembuatan rekening nasabah, memasarkan produk bank seperti deposito, giro ataupun tabungan dalam jangka pendek ataupun panjang dan juga melakukan pengukuran produk yang dijual, hal ini bertujuan agar dalam perincian laporan akhir tahun dapat berjalan dengan lancar.

- i. *Customer Sales Executive* (CSE) ialah yang bertanggung jawab atas keseluruhan strategi penjualan perusahaan. Peran tersebut membutuhkan kemampuan menyusun strategi dan terlibat dengan tim lain diluar penjualan. Umumnya, peran ini memungkinkan setiap operator agar menjaga hubungan dengan pembeli grosir.
- j. *Retail Sales Executive* (RSE) ialah yang bertanggung jawab atas strategi penjualan perusahaan secara keseluruhan. Dalam peran ini, mereka juga dituntut dapat pengembangan strategi dan melibatkan tim lain diluar sales. Secara umum, peran ini juga memungkinkan setiap pelakunya untuk menjaga hubungan dengan pembeli besar.
- k. *Office Boy* (OB) ialah supporting penting perusahaan yang melayani pegawai serta nasabah.
- l. *Driver* (Supir) ialah seseorang yang bertugas mengantar pejabat bank dengan mobil, dan bertanggung jawab atas perawatan inventaris kendaraan.
- m. Satpam dibank bertugas satam menjaga keamanan aset fisik dan non-fisik di area bank.

d. Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar
Cempaka

Tabel. 4.1 Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar
Cempaka

No	Jenis Produk dan Jasa	Nama Produk dan Jasa
1.	Produk produk Simpanan Syari'ah (Tabungan Syari'ah)	a. Tabungan Haji Indonesia. b. Tabungan Easy Wadiah. c. Tabungan Easy Mudharabah d. Tabungan Bisnis e. Tabungan Pendidikan f. Tabungan Junior g. Tabungan Berencana
2.	Produk Simpanan Syari'ah (Giro Syari'ah)	Giro Rupiah
3.	Produk Simpanan Syari'ah (Deposito Syari'ah)	Deposito Valas
4.	Produk Pembiayaan Syari'ah (Pembiayaan Konsumen)	a. Griya Hasanah b. Griya Maburur c. Griya Simuda d. Mitraguna BO 2 (PNS/ASN Kementrian) e. Mitraguna Fast Track f. Mitraguna Dokter, BUMN g. Pembiayaan Pensiun h. Pembiayaan Pra Pensiun
5.	Produk Pembiayaan Syari'ah (Pembiayaan Komersial)	a. BSI OTO b. Pembiayaan KUR BSI c. Pembiayaan Mikro BSI
6.	Produk dan Layanan Syari'ah	a. Dana Talangan b. Anjak Piutang c. Transfer, Kliring, PayRoll d. Safe Deposit e. Jual Beli Valas f. Gadai g. Bank Garansi h. Pinjaman Sosial

2. Hasil Wawancara

a. Identitas Informan Pertama

Nama : Apriadi Fahmi

Jabatan : BOSM

Pendidikan : S1

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Apriadi Fahmi selaku BOSM Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin menjelaskan bahwa selama tiga bulan terakhir ini ada 50 orang yang membuka rekening dan produk yang paling banyak diminati adalah Tabungan Easy Mudharabah. Setiap nasabah diwajibkan menggunakan BSI Mobile Banking ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Keunggulan dari adanya Digital Banking BSI Mobile Banking ini adalah setiap nasabah bisa melakukan pembayaran apa saja baik tagihan listrik, air PDAM, pembelian pulsa, shopee, ovo, karena didalam BSI Mobile Banking terdapat dompet digital sehingga nasabah tidak perlu lagi ke tempat pembayaran karena sudah bisa dilakukan melalui dompet digital yang ada di BSI Mobile Banking nasabah dan untuk lokasi juga sangat strategis karna berada ditengah pasar dan keramaian.

Menurut Bapak Apriadi Fahmi selaku BOSM Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin menjelaskan bahwa BSI Mobile Banking di syariah dan konvensional seringkali sangat mirip. Keduanya menawarkan layanan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, cek saldo, dan lain-lain melalui aplikasi seluler. Namun memiliki perbedaannya yang khas yaitu dari

segi jenis produk dan layanan yang diberikan salah satunya produk Easy Mudharabah. Sehingga yang berbeda itu pada jenis produk dan layanan yang ditawarkan melalui platform tersebut, bukan pada teknologinya.

Selain keunggulan tersebut Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin memang memiliki sedikit kelemahan karena banyaknya bank konvensional yang memberikan bunga yang tinggi kepada nasabah dan juga sebagian nasabah yang belum mengerti serta paham arti transaksi syariah yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Selain itu untuk jaringan juga terkadang mengalami gangguan sehingga sedikit menghambat kegiatan bertransaksi.

Bapak Apriadi Fahmi menjelaskan untuk menjaga Produk Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka agar tetap eksis dimasyarakat adalah yang pertama dengan tetap mempertahankan kesyariahnya kedua memberikan promo-promo hadiah berupa barang untuk menarik minat nasabah agar membuka rekening di bank syariah ini dan juga sosialisasi ke masyarakat mengenai produk Bank syariah Indonesia pasar cempaka. Kemudian untuk mempromosikan produk Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin biasanya dilakukan menggunakan sosial media seperti WhatsApp, sosialisasi dan promosi langsung ke masyarakat.

Dari segi pelayanan aspek pelayanan sangat baik seperti memberikan salam, mengajak komunikasi, berterima kasih dan lain sebagainya. Potensi Produk Perbankan syariah BSI Pasar Cempaka sangat bagus karena dapat waktu

3 bulan ada 50 nasabah yang membuka rekening dan produk yang paling banyak diminati yaitu Easy Mudharabah.

b. Identitas Informan Kedua

Nama : Hery Agus Sandi

Jabatan : Staf Teller Bank

Pendidikan : S1

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hery Agus Sandi selaku Staff Teller Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin menjelaskan produk yang paling banyak diminati nasabah adalah Tabungan Easy Mudharabah. Setiap nasabah diwajibkan menggunakan BSI Mobile Banking agar mudah dalam proses transaksi. Nasabah dapat melakukan pembayaran berupa tagihan listrik, air PDAM, pembelian pulsa, ovo, shopee menggunakan BSI Mobile Banking sehingga nasabah tidak perlu datang ke tempat pembayaran.

Bapak Hery Sandy menjelaskan dari segi pelayanan yang diberikan dan juga pelayanan yang diberikan juga cukup baik seperti memberikan salam, mengajak komunikasi, berterima kasih dan lain sebagainya. Kemudian untuk lokasi juga sangat strategis karna berada ditengah keramaian.

c. Identitas Informan Ketiga

Nama : Aidah Nur Ainah

Jabatan : Customer Service

Pendidikan : S1

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Aidah Nur Ainah selaku Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin

menjelaskan produk yang paling banyak diminati nasabah adalah Tabungan Easy Mudharabah. Saat pembukaan rekening setiap nasabah diwajibkan menggunakan BSI Mobile Banking agar mudah dalam proses pendaftaran. Kemudian dari segi lokasi juga sangat strategis karena berada ditengah pasar.

Ibu Aidah Nor Ainah menjelaskan dari segi pelayanan yang diberikan dan juga pelayanan yang diberikan baik seperti memberikan salam, mengajak komunikasi, berterima kasih dan lain sebagainya.

d. Identitas Informan Keempat

Nama : Normayanti

Jabatan : Operasional Staff

Pendidikan : S1

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Normayanti selaku Operasional Staff Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin menjelaskan bahwa produk yang paling banyak diminati nasabah adalah Tabungan Easy Mudharabah. Saat membuka rekening setiap nasabah diwajibkan menggunakan BSI Mobile Banking agar mudah dalam proses pendaftaran. Dari segi lokasi menurut Ibu Normayanti sangat strategis karena berada di tengah pasar.

Ibu Normayanti menjelaskan dari segi pelayanan yang diberikan dan juga pelayanan yang diberikan mengandung kesyariahan seperti memberikan salam, mengajak komunikasi, berterima kasih dan lain sebagainya. Nasabah dapat melakukan pembayaran apa saja baik tagihan listrik, air PDAM, pembelian pulsa, ovo, shoppee menggunakan BSI Mobile Banking sehingga nasabah tidak perlu datang ke tempat pembayaran.

e. Identitas Informan Kelima

Nama : Siti Norhaliza Rahmie

Keterangan : Nasabah

Pendidikan : S1

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Norhaliza Rahmie selaku salah satu nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang menyatakan bahwa telah memakai Produk Bank Syariah Indonesia selama 2 tahun dan memilih produk Tabungan Easy Mudharabah.

Ibu Siti Norhaliza Rahmie menjelaskan ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin nasabah selalu dibantu untuk membuka BSI Mobile Banking dan dijelaskan mengenai keunggulan adanya BSI Mobile Banking ini sehingga nasabah mengetahui dan paham fungsi adanya BSI Mobile Banking. Disamping itu terdapat efisiensi operasional dimana verifikasi data nasabah menjadi lebih cepat dan dapat dilakukan dimana saja tanpa harus datang langsung ke Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Ibu Siti Norhaliza Rahmie menjelaskan bahwa kalau dari segi pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin sudah sangat baik, semua staf sangat ramah dalam melayani dan diajarkan dengan baik cara membuka Mobile Banking, selain itu lokasinya juga sangat strategis karena berada ditengah-tengah pasar dan mudah untuk dicari hanya saja kurang dalam sosialisasi karena banyak yang kurang tahu dengan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Kemudian untuk lokasi juga sangat strategis karna berada ditempat keramaian.

f. Identitas Informan Keenam

Nama : M. Luqmanul Hakim

Keterangan : Nasabah

Pendidikan : S1

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Luqmanul Hakim menjelaskan bahwa telah memakai produk BSI Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin selama 1 tahun belakangan dan memilih menggunakan produk Tabungan Easy Mudharabah. Menurut keterangan Bapak M. Luqmanul Hakim lokasi bank masih kurang strategis dan banyak masyarakat yang kurang mengetahuinya. Namun jika dikaitkan dengan lingkungan sekitar, Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dapat melayani nasabah dari berbagai kalangan khususnya masyarakat yang berada disekitar Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin baik itu kebutuhan transaksi pedagang di Pasar Cempaka, maupun Masyarakat luar.

Bapak M. Luqmanul Hakim menjelaskan bahwa semua staf pegawai selalu sopan santun dalam memberikan pelayanan dan juga memberikan salam ketika nasabah masuk ke dalam bank, selain itu juga ada promo menarik yang membuat nasabah senang ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dan juga dijelaskan dengan detail mengenai produk yang dipilih nasabah dan akad syariah yang digunakan sehingga membuat nasabah benar-benar yakin akan kesyariahan produk yang ditawarkan.

g. Identitas Informan Ketujuh

Nama : Rima Maulida

Keterangan : Nasabah

Pendidikan : S1

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rima Maulida yang mengatakan bahwa dirinya memilih menggunakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yaitu Tabungan Easy Mudharabbah selama 5 bulan. Menurut Ibu Rima Maulida layanan di Bank Syariah KCP Pasar Cempaka ini karena berbasis syariah dan tidak ada unsur riba yang membuat dirinya merasa aman dan halal dalam menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Untuk lokasi juga sangat strategis karna berada ditengah pasar sehingga dapat menarik pengunjung pasar yang ada.

Ibu Rima Maulida menjelaskan bahwa semua staf pegawai selalu sopan santun dalam memberikan pelayanan dan juga memberikan salam ketika nasabah masuk ke dalam bank, selain itu juga ada promo menarik yang membuat nasabah senang ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dan juga dijelaskan dengan detail mengenai produk yang dipilih nasabah dan akad syariah yang digunakan sehingga membuat nasabah benar-benar yakin akan kesyariahan produk yang ditawarkan.

h. Identitas Informan Kedelapan

Nama : Sri Parastuti

Jabatan : Nasabah

Pendidikan : SMA

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri Parastuti yang menyatakan bahwa dirinya memilih menggunakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yaitu Tabungan Easy Wadi'ah selama 5 bulan. Menurut Ibu Sri Parastuti layanan di Bank Syariah KCP Pasar Cempaka ini karena berbasis syariah dan tidak ada unsur riba yang membuat dirinya merasa aman dan halal dalam menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Menurut Ibu Sri Parastuti dari segi lokasi strategis karna berada di keramaian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri Parastuti yang menyatakan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin selalu sopan santun dalam memberikan pelayanan dan juga memberikan salam ketika nasabah masuk ke dalam bank, selain itu juga ada promo menarik yang membuat nasabah senang ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dan juga dijelaskan dengan detail mengenai produk yang dipilih nasabah dan akad syariah yang digunakan sehingga membuat nasabah benar-benar yakin akan kesyariahan produk yang ditawarkan.

i. Identitas Informan Kesembilan

Nama : Muhammad Rafi

Keterangan : Nasabah

Pendidikan : SMA

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Rafi selaku salah satu nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang menyatakan telah membua rekening selama 4 bulan dan memilih jenis tabungan

Easy Wadiah. Ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin nasabah selalu dibantu untuk membuka BSI Mobile Banking dan dijelaskan mengenai keunggulan adanya BSI Mobile Banking ini sehingga nasabah mengetahui dan paham fungsi adanya BSI Mobile Banking.

Bapak Muhammad Rafi menjelaskan bahwa kalau dari segi pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin sudah sangat baik, semua staf sangat ramah dalam melayani dan diajarkan dengan baik cara membuka Mobile Banking, selain itu lokasinya juga sangat strategis dan mudah untuk dicari hanya saja kurang dalam sosialisasi karena banyak yang kurang tahu dengan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

j. Identitas Informan Kesepuluh

Nama : Imam

Keterangan : Nasabah

Pendidikan : S1

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Imam menjelaskan telah membuka BSI Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin selama 2 tahun dan memilih menggunakan produk Tabungan Easy Wadiah. Menurut Bapak Imam dari segi lokasi bank masih kurang strategis sehingga banyak masyarakat yang kurang mengetahuinya.

Namun jika dikaitkan dengan lingkungan sekitar, Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dapat melayani nasabah dari berbagai kalangan khususnya masyarakat yang berada disekitar Bank Syariah Indonesia KCP Pasar

Cempaka Banjarmasin baik itu kebutuhan transaksi pedagang di Pasar Cempaka, maupun Masyarakat luar.

Bapak Imam menjelaskan bahwa semua staf pegawai selalu sopan santun dalam memberikan pelayanan dan juga memberikan salam ketika nasabah masuk ke dalam bank, selain itu juga ada promo menarik yang membuat nasabah senang ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dan juga dijelaskan dengan detail mengenai produk yang dipilih nasabah dan akad syariah yang digunakan sehingga membuat nasabah benar-benar yakin akan kesyariahan produk yang ditawarkan.

k. Identitas Informan Kesebelas

Nama : Siti Faridah

Keterangan : Nasabah

Pendidikan : SMP

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Faridah menjelaskan telah membuka BSI Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin selama 2 tahun dan memilih menggunakan produk Tabungan Easy Mudharabah. Menurut Ibu Siti Faridah dari segi lokasi bank sangat strategis karna berada ditengah pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Faridah yang mengatakan bahwa dirinya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin ini karena berbasis syariah dan tidak ada unsur riba yang membuat dirinya merasa aman dan halal dalam menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Siti Faridah menjelaskan bahwa semua staf pegawai selalu sopan santun dalam memberikan pelayanan dan juga memberikan salam ketika nasabah masuk ke dalam bank, selain itu juga ada promo menarik yang membuat nasabah senang ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dan juga dijelaskan dengan detail mengenai produk yang dipilih nasabah dan akad syariah yang digunakan sehingga membuat nasabah benar-benar yakin akan kesyariahan produk yang ditawarkan.

1. Identitas Informan Kedua belas

Nama : Nur Khalisah

Keterangan : Nasabah

Pendidikan : SMA

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nur Khaisa menjelaskan telah membuka BSI Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin selama 1 bulan dan memilih menggunakan produk tabungan easy mudharabah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nur Khalisa yang mengatakan bahwa dirinya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin ini karena berbasis syariah dan tidak ada unsur riba yang membuat dirinya merasa aman dan halal dalam menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Ibu Nur Khalisa menjelaskan bahwa kalau dari segi pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin sudah

sangat baik, semua staf sangat ramah dalam melayani dan diajarkan dengan baik cara membuka Mobile Banking, selain itu lokasinya juga sangat strategis.

m. Identitas Informan Ketiga belas

Nama : Barkiah

Keterangan : Nasabah

Pendidikan : SMA

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Barkiah menjelaskan telah membuka BSI Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin selama 1 bulan dan memilih menggunakan produk tabungan easy mudharabah. Menurut Ibu Barkiah dari segi lokasi bank sangat strategis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Barkiah yang mengatakan bahwa dirinya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin ini karena berbasis syariah dan tidak ada unsur riba yang membuat dirinya merasa aman dan halal dalam menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Ibu Barkiah menjelaskan bahwa kalau dari segi pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin sudah sangat baik, semua staf sangat ramah dalam melayani dan diajarkan dengan baik cara membuka Mobile Banking, selain itu lokasinya juga sangat strategis dan mudah untuk dicari hanya saja kurang dalam sosialisasi karena banyak yang kurang tahu dengan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Ibu Susilawati menjelaskan bahwa semua staf pegawai selalu sopan santun dalam memberikan pelayanan dan juga memberikan salam ketika nasabah masuk

ke dalam bank, selain itu juga ada promo menarik yang membuat nasabah senang ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dan juga dijelaskan dengan detail mengenai produk yang dipilih nasabah dan akad syariah yang digunakan sehingga membuat nasabah benar-benar yakin akan kesyariahan produk yang ditawarkan.

n. Identitas Informan Keempat belas

Nama : Siska Amelia

Keterangan : Nasabah

Pendidikan : SMA

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siska Amelia menjelaskan telah membuka BSI Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin selama 2 tahun dan memilih menggunakan produk Tabungan Easy mudharabah. Menurut Ibu Siska Amelia dari segi lokasi bank sangat strategis sehingga banyak masyarakat yang kurang mengetahuinya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siska Amelia yang mengatakan bahwa dirinya memilih Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin ini karena berbasis syariah dan tidak ada unsur riba yang membuat dirinya merasa aman dan halal dalam menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Ibu Siska Amelia menjelaskan bahwa kalau dari segi pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin sudah sangat baik, semua staf sangat ramah dalam melayani dan diajarkan dengan baik

cara membuka Mobile Banking, selain itu lokasinya juga sangat strategis karna berada ditengan pasar.

Ibu Susilawati menjelaskan bahwa semua staf pegawai selalu sopan santun dalam memberikan pelayanan dan juga memberikan salam ketika nasabah masuk ke dalam bank, selain itu juga ada promo menarik yang membuat nasabah senang ketika membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dan juga dijelaskan dengan detail mengenai produk yang dipilih nasabah dan akad syariah yang digunakan sehingga membuat nasabah benar-benar yakin akan kesyariahan produk yang ditawarkan.

3. Penyajian Data Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka meliputi beberapa faktor yaitu :

a. Analisis Kekuatan (*Strength*)

1) Pelayanan yang bagus

Menurut Lovelock dan Wirtz (2004) “*Service excellence is caring for customers by providing the best service to facilitate convenience, fulfill their needs and create satisfaction so that they are always loyal to the company*”.

Yang dapat di artikan bahwa *service excellence* adalah kepedulian kepada pelanggan (nasabah) dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada perusahaan.

Dari hasil wawancara menyatakan bahwa pelayanan yang bagus menjadi faktor kekuatan yang penting bagi bank syariah. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Menurut saya dari segi pelayanan bank syariah sudah sangat bagus karena mampu memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah yang datang dengan membantu nasabah ketika permemberkasn baik produk penghimpunan maupun pembiayaan sehingga nasabah merasa terbantu dengan layanan kami”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

2) Fasilitas yang memadai

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa pelayanan yang bagus menjadi faktor kekuatan yang penting bagi bank syariah. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Fasilitas bank kami sudah sangat memadai karna mempunya ruang tunggu yang nyaman sehingga nasabah tidak bosan menunggu”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

3) Memiliki letak yang strategis

Marimuth, et al, (2010) *“Determining the location of a bank is a policy that must be taken carefully. Bank offices must be built in strategic places, close to customers, easy to reach (accessibility), close to labor providers, and close to BI. Determining location is essentially about getting closer to customers, both funding source customers and financing customers”*

Yang artinya penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun ditempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah, mudah pencapaiannya (aksesibilitas), dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan dekat dengan BI. Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah mendekatkan diri pada nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah financing. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Lokasi Bank Syariah KCP Pasar Cempaka ini sangat strategis karna berada ditengah kota tepatnya didalam pusat perbelanjaan. Dengan lokasi yang strategis ini diharapkan membuat masyarakat tertarik menjadi nasabah. Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka ini berlokasi di Jl. Niaga Utara No.7, Kertak baru Ilir, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

4) Produk tabungan yang banyak diminati

Menurut Peter (2022) *“The quality of a product is the added value that consumers expect compared to other similar products, where logically consumers will look for high quality products”.*

Yang artinya kualitas suatu produk merupakan nilai lebih yang diharapkan konsumen dibandingkan dengan produk lain yang sejenis, dimana secara logika konsumen akan mencari produk yang berkualitas tinggi.

Begitu juga menurut Paul (1990) *“ This quality product will influence purchasing behavior because quality products will provide satisfaction for consumers. satisfaction after purchasing means that customers can have expectations about how the product functions. The product function that*

consumers actually perceive is actually the consumer's perception of the quality of the product”

Yang mana menjelaskan bahwa produk yang berkualitas ini akan mempengaruhi perilaku pembelian karena produk yang mempunyai kualitas akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan setelah membeli maka pelanggan dapat memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi. Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen sebenarnya adalah persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Berdasarkan hasil wawancara produk yang diminati cukup tinggi terbukti dalam 3 bulan terakhir ada 50 nasabah yang membuka rekening dan produk yang paling banyak diminati adalah easy mudharabah”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda

5) Terjamin keamanan data nasabah

Keamanan data nasabah menjadi faktor penting kekuatan bank. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Kami menjamin keamanan data nasabah dengan menjaga kerahasiaan data-data para nasabah. Pihak bank mengarahkan nasabah untuk menggunakan kata sandi dan PIN dimana hanya nasabah yang tahu dan jangan sembarang memberikan kode OTP bila ada yang membrikan SMS. Selain itu bank juga akan menjaga kerahasiaan para nasabah dan tidak sembarang menebarkan kepada orang lain”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

b. Meminimalkan Kelemahan (*Weaknesses*)

1) Strategi pemasaran yang kurang

Strategi pemasaran menjadi hal yang penting agar suatu bisnis dapat berkembang. Produk atau jasa yang ditawarkan harus terjual atau diminati banyak orang. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Untuk strategi pemasaran sudah cukup baik tetapi masih terdapat beberapa kekurangan seperti kurangnya sosialisasi kepada masyarakat terutama yang berada di pedesaan”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

2) Fasilitas yang kurang

Fasilitas bank menjadi hal yang penting untuk kenyamanan nasabah. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Terkadang beberapa kasus nasabah mengalami gangguan dan terkendala jaringan sehingga menyulitkan nasabah mengakses layanan tersebut”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

3) Pelayanan yang kurang maksimal

Pelayanan yang kurang maksimal dapat menyebabkan nasabah pindah ke bank lain karena pelayanan yang kurang memuaskan sehingga diperlukan hubungan yang baik antara bank dengan nasabah. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Pelayanan kami sudah sangat bagus namun terkadang terkendala jaringan dan gangguan sehingga menyebabkan pelayanan menjadi terhambat”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

4) Jaringan yang belum maksimal antara perkotaan dan pedesaan

Jaringan yang belum maksimal menyebabkan kelemahan bank. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Untuk jaringan yang belum maksimal menjadi kekurangan dalam pelayanan kami. Jaringan memang belum maksimal terutama perkotaan dengan pedesaan yang memang memiliki jangkauan yang berbeda sehingga perlu di lakukan berbagai upaya atau strategi yang mampu memaksimalkan jaringan tersebut”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

4. Penyajian Data Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal peluang dan anaman yang dihadapi Bank Syariah KCP Pasar Cempaka meliputi beberapa faktor :

a. Analisis Peluang (*Opportunities*)

1) Memiliki potensi pasar yang tinggi

Memiliki potensi pasar yang tinggi menjadi peluang penting bagi perusahaan. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Potensi pasar yang di miliki oleh dihadapi Bank Syariah KCP Pasar Cempaka memang cukup tinggi terlihat dari data yang didapatkan dalam tiga bulan terakhir saja sudah ada 50 nasabah baru yang membuka rekening. Hal ini menandakan bahwa dihadapi Bank Syariah KCP Pasar Cempaka memiliki potensi pasar yang cukup tinggi di kalangan masyarakat sekitar”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

2) Adanya perkembangan teknologi-teknologi baru dengan IT

“Menegenai adanya perkembangan teknologi baru Bank Syariah KCP Pasar Cempaka juga berkembang mengikuti perkembangan zaman sehingga tidak ada lagi layanan manual semua layanan bisa diakses dengan digital mulai dari pembukaan rekening baru, menabung di bank, melakukan transfer, penarikan uang, dan bahkan melakukan beberapa pembayaran lainnya juga dengan aplikasi dari mobile banking Bank Syariah KCP Pasar Cempaka Banjarmasin”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

3) Dapat meningkatkan promosi setiap tahunnya

Menurut Fary (2009) *“Promotion of financing for sharia banks, especially those based on profit sharing (mudharabah and musyarakah), saw an increase for sharia banks of 43.4% in the 2007 period which resulted in an increase in income/profits of approximately 86% in the same year. Thus, promotion is important to carry out because promotion can increase the number of customers quite significantly”.* Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

Yang artinya promosi pembiayaan bagi bank syariah khususnya yang berbasis bagi hasil (mudharabah dan musyarakah) terjadi adanya peningkatan untuk bank syariah 43,4% pada periode tahun 2007 yang menghasilkan kenaikan pendapatan/keuntungan kurang lebih 86% pada tahun yang sama. Dengan demikian promosi penting untuk dilakukan karena dari promosi dapat meningkatkan jumlah nasabah yang cukup berarti.

“Untuk promosi yang dilakukan memang adanya bahwa Bank Syariah KCP Pasar Cempaka Banjarmasin juga melakukan promosi setiap tahunnya untuk menarik minat nasabah salah satunya adanya umroh gratis bagi nasabah yang paling banyak melakukan transaksi atau memiliki saldo rekening tertinggi pada tahun atau bulan tersebut”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

4) Mayoritas masyarakat mampu mengakses layanan digital banking

“Mengetahui kemampuan nasabah dalam mengakses layanan digital ini sudah cukup baik karna banyaknya masyarakat yang sudah memiliki smartphone”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

5) Hubungan yang baik dengan nasabah

Berdasarkan pelayanan prima dan keramahan dari pihak bank nasabah akan merasa diperhatikan dan mempunyai hubungan emosional dengan pihak bank. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Hubungan yang dijalin kepada nasabah memang sangat baik, banyak nasabah yang mengatakan bahwa semua staf sangat ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan hal ini memberikan keunggulan tersendiri bagi pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin karena memberikan nilai positif masyarakat terhadap pelayanan dan hubungan yang diberikan kepada nasabah”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

b. Analisis Anaman (*Threats*)

a) Serangan *Cyber Crime*

Serangan *Cyber Crime* menjadi masalah serius yang penting untuk ditangani. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Cyber Crime memang pernah ada karena kurangnya pengamanan data sehingga pernah terkena serangan Cyber crime namun hal tersebut mampu di atasi dan dilakukan pengamanan yang ketat sehingga untuk saat ini keamanan data Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dapat dikendalikan”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

b) Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang Digital banking

“Pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap digital banking memang masih rendah oleh karenanya pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin harus memberikan sosialisasi kepada masyarakat terutama masyarakat pedesaan yang memang tidak mengetahui dengan benar apa fungsi dan kegunaan digital banking tersebut padahal hal tersebut sangat berguna untuk memudahkan melakukan pelayanan dan transaksi”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

c) Adanya orang yang menggunakan data nasabah sembarangan

“Untuk data nasabah yang digunakan sembarangan ini belum ditemukan karena ketatnya data nasabah yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin tidak memungkinkan seseorang dapat menggunakan data nasabah orang lain karena banyaknya data yang harus diverifikasi, sehingga untuk keamanan data nasabah terjamin”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

d) Kalah saing dengan bank lain

Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka bukan menjadi satu-satunya bank syariah yang ada di Banjarmasin. Bank-bank syariah maupun konvensional sudah banyak yang menjalankan aktivitasnya di Banjarmasin dan ini menjadi ancaman bagi Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin”. Hal tersebut senada dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa.

“Untuk persaingan antar bank memang salah satu menjadi kendala yang ada terutama adanya bank konvensional yang memang lebih banyak diminati oleh masyarakat karena banyaknya sosialisasi yang dilakukan oleh bank konvensional tersebut, sedangkan untuk Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin memang masih kurang dari segi sosialisasi sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keunggulan dari Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin tersebut”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh jawaban dari narasumber lainnya dengan makna yang sama dan bahasa berbeda.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan yang mana dibuat dalam bentuk penyajian data, maka analisis berikut untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini :

1. Potensi Produk Perbankan Syariah Di Era Digital Banking Di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin

Era digital banking membuka peluang besar bagi produk perbankan syariah di Indonesia untuk berkembang pesat. Dalam beberapa tahun terakhir,

perbankan syariah telah menunjukkan pertumbuhan signifikan, terutama di tengah maraknya adopsi teknologi digital. Dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk produk-produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Transformasi digital ini menciptakan kesempatan bagi perbankan syariah untuk menjangkau lebih banyak nasabah melalui berbagai platform digital, seperti aplikasi mobile banking, internet banking, dan layanan fintech berbasis syariah.

Sebagaimana hasil penelitian menjelaskan bahwa keunggulan perbankan syariah di era digital banking dapat dilihat dari kemampuannya untuk menyediakan layanan yang transparan dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Dengan digitalisasi, proses transaksi menjadi lebih cepat, efisien, dan aman, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah. Selain itu, teknologi digital memungkinkan perbankan syariah untuk mengembangkan produk inovatif seperti tabungan haji digital, investasi syariah online, dan pembiayaan mikro syariah melalui platform digital yang mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, perbankan syariah KCP Cempaka Banjarmasin perlu menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah kebutuhan untuk terus berinovasi dalam menghadirkan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan nasabah di era digital. Selain itu, edukasi dan literasi keuangan syariah juga perlu ditingkatkan agar masyarakat memahami manfaat dan keunggulan produk perbankan syariah. Dengan kolaborasi antara

regulator, pelaku industri, dan masyarakat, potensi produk perbankan syariah di Indonesia di era digital banking dapat terealisasi secara optimal, memberikan kontribusi signifikan bagi masyarakat.

Oleh karenanya perbankan syariah melakukan strategi pemasaran untuk dapat bertahan di era digital sekarang dengan cara sebagai berikut.

1) *Product* (Produk)

Sama halnya dengan perbankan konvensional produk yang dihasilkan bukan berupa barang melainkan berupa jasa. Ciri khas jasa yang dihasilkan haruslah mengacu kepada nilai-nilai syariah. Untuk produk yang paling banyak diminati di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka adalah Produk Tabungan Easy Mudharabah.

“Kalau untuk produk yang paling banyak digunakan oleh nasabah kita adalah Tabungan Easy Mudharabah kemudian sebelum membukakan Tabungan Easy Mudharabah biasanya kami mewajibkan seluruh nasabah membuka BSI Mobile Banking untuk mempermudah kegiatan bertransaksi. Kemudian dalam 3 bulan terakhir ada 50 nasabah yang membuka rekening dan ini menunjukkan potensi yang bagus karna masih banyak masyarakat yang memilih produk perbankan syariah BSI KCP Pasar Cempaka, selain itu juga untuk pelaku usaha mikro (UMKM) dengan melakukan pembiayaan dengan cepat. Teknologi fintech (financial technology) seperti peer-to-peer lending syariah yang sering digunakan dalam pembiayaan”.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa produk yang paling banyak digunakan nasabah di Bank Syariah KCP Pasar Cempaka adalah Produk Tabungan Easy Mudharabah dan dalam waktu 3 bulan terakhir sudah ada 50 nasabah yang membuka rekening.

2) *Price* (Harga)

Menentukan harga jual produk dan jasa yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan faktor penting untuk menarik minat nasabah nasabah.

“Sebelum membuka tabungan kami mewajibkan nasabah melakukan setoran 100.000 rupiah untuk pembukaan rekening”.

Sebelum membuka tabungan tersebut pihak Bank mewajibkan seluruh nasabah membuka rekening melalui BSI Mobile Banking. Lalu Staff Customer Service akan mulai membukakan rekening dengan biaya setoran awal 100 ribu rupiah dan nasabah diminta menyetor uang tersebut kepada pihak bank untuk dilakukan pembukaan rekening.

3) *Place* (Tempat)

Melakukan penetrasi pasar perbankan syariah yang baik tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik. *Place* mengacu pada lokasi dimana konsumen dapat menemukan, menggunakan, mengakses atau membeli produk yang disediakan.

“Lokasi kami berada ditengah-tengah kota tepatnya di dalam pusat perbelanjaan dan ini menjadi potensi yang bagus dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah KCP Pasar Cempaka”.

Berdasarkan hasil wawancara lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka ini berada ditengah kota tepatnya Pasar dan ini juga sangat strategis dalam menarik perhatian masyarakat. Selain itu juga dipasar terjadi perputaran uang sehingga akan menjadi potensi yang bagus untuk mempromosikan produk perbankan kepada masyarakat. Promosi yang biasa dilakukan melalui media WhatsApp dan juga sosialisasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan produknya.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi atau *promotion* dalam dunia pemasaran adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas.

“Biasanya untuk menarik perhatian nasabah kami melakukan promo-promo hadiah berupa barang dan sosialisasi ke masyarakat mengenai produk Bank syariah Indonesia pasar cempaka. Kemudian untuk mempromosikan produk Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin biasanya dilakukan menggunakan sosial media seperti WhatsApp, sosialisasi dan promosi langsung ke masyarakat”.

Berdasarkan hasil wawancara untuk menjaga Produk Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka agar tetap eksis dimasyarakat adalah yang pertama dengan tetap mempertahankan kesyariahnya kedua memberikan promo-promo hadiah berupa barang untuk menarik minat nasabah agar membuka rekening di bank syariah ini dan juga sosialisasi ke masyarakat mengenai produk Bank syariah Indonesia pasar cempaka. Kemudian untuk mempromosikan produk Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin biasanya dilakukan menggunakan sosial media seperti WhatsApp, sosialisasi dan promosi langsung ke masyarakat.

Potensi produk perbankan syariah di Indonesia di era digital banking sekarang sangat besar dan menjanjikan. Dengan populasi Muslim terbesar di dunia, permintaan akan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah terus meningkat. Digital banking menawarkan solusi yang lebih mudah diakses dan efisien, sehingga dapat menjangkau lebih banyak nasabah di berbagai wilayah, termasuk daerah terpencil yang sebelumnya sulit dijangkau oleh layanan perbankan konvensional.

Salah satu potensi utama adalah pengembangan produk perbankan syariah berbasis aplikasi digital. Dengan aplikasi ini, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti pembukaan rekening, transfer dana, pembayaran tagihan, dan investasi sesuai dengan prinsip syariah, semua hanya dengan beberapa klik di ponsel mereka. Teknologi ini juga memungkinkan bank syariah untuk menawarkan layanan yang lebih personalisasi, seperti saran investasi berbasis algoritma yang sesuai dengan profil risiko dan preferensi nasabah.

Selain itu, era digital banking juga membuka peluang bagi bank syariah untuk berkolaborasi dengan fintech (financial technology) yang dapat memperkaya ekosistem keuangan syariah. Misalnya, fintech syariah dapat menyediakan platform crowdfunding untuk proyek-proyek yang sesuai syariah atau layanan peer-to-peer lending yang mematuhi prinsip-prinsip syariah. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas jangkauan layanan tetapi juga meningkatkan inklusi keuangan di kalangan masyarakat yang belum atau kurang terlayani oleh sistem perbankan konvensional.

Produk perbankan syariah di era digital banking saat ini memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang dan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Perbankan syariah, yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, menawarkan produk dan layanan yang berbeda dari perbankan konvensional, seperti pembiayaan berbasis bagi hasil, murabahah (jual beli dengan margin keuntungan), ijarah (sewa), dan lain-lain. Dengan semakin meluasnya adopsi teknologi digital, perbankan syariah kini memiliki kesempatan untuk menjangkau lebih banyak nasabah dan memperluas jangkauannya.

Sebagaimana hasil penelitian diketahui bahwa salah satu produk perbankan syariah yang memiliki potensi besar di era digital adalah tabungan syariah berbasis digital yaitu *Tabungan Easy Mudarabah*. Produk ini memungkinkan nasabah untuk membuka dan mengelola rekening tabungan mereka secara online, tanpa harus datang ke kantor cabang. Fitur-fitur seperti mobile banking, internet banking, dan aplikasi perbankan syariah memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi sehari-hari dengan cepat dan aman. Selain itu, bank syariah juga dapat memanfaatkan teknologi blockchain untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam proses transaksi, serta meminimalkan risiko kecurangan.

Pembiayaan syariah untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga memiliki potensi besar di era digital. Dengan menggunakan platform digital, bank syariah dapat lebih mudah menilai kelayakan kredit calon nasabah UMKM dan menyalurkan pembiayaan dengan cepat. Teknologi *fintech* (*financial technology*) seperti *peer-to-peer lending* syariah juga bisa menjadi solusi alternatif untuk membiayai UMKM yang membutuhkan modal usaha. Dengan demikian, perbankan syariah tidak hanya mampu memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, potensi produk perbankan syariah KCP Banjarmasin di era digital banking sangat kuat, didukung oleh perkembangan teknologi dan meningkatnya kesadaran serta permintaan masyarakat akan produk keuangan yang sesuai.

2. Strategi Produk Perbankan Syariah Di Era Digital Banking Di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Setelah penulis melakukan identifikasi faktor-faktor Internal dan Eksternal pada penyajian data maka selanjutnya penulis akan sajikan pada tabel analisis faktor internal dan eksternal.

Tabel. 4.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang bagus 2. Fasilitas yang memadai 3. Mempunyai letak lokasi yang strategis 4. Produk tabungan yang banyak diminati 5. Aplikasi M banking yang mudah di pahami 6. Terjamin keamanan data nasabah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Startegi pemasaran yang kurang 2. Fasilitas yang kurang 3. Pelayanan yang kurang maksimal 4. Jaringan yang belum maksimal antara perkotaan dan pedesaan
	Peluang (O)	Ancaman (T)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki potensi pasar yang tinggi 2. Adanya perkembangan tekologi-teknologi baru dengan IT 3. Dapat meningkatkan promosi disetiap tahunnya 4. Mayoritas masyarakat mampu mengakses layanan digital banking 5. Hubungan yang baik dengan nasabah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Serangam Cyber Crime 2. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang digital banking 3. Adanya orang yang menggunakan data nasabah sembarangan 4. Kalah saing dengan bank lain

Analisis data lingkungan Internal

1) Analisis Kekuatan (*Strength*)

a) Pelayanan yang bagus

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan untuk segi pelayanan memang sudah maksimal dan sangat bagus karena mampu memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah yang datang dengan membantu nasabah ketika permasalahan baik produk penghimpunan maupun pembiayaan.

b) Fasilitas yang memadai

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan untuk segi fasilitas yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin sudah sangat memadai karena memiliki ruang tunggu yang nyaman sehingga nasabah tidak bosan ketika menunggu antrian.

c) Memiliki letak yang strategis

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan untuk keberadaan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin sangat strategis karena berada di tengah-tengah kota tepatnya didalam pusat perbelanjaan dan mudah dicari sehingga nasabah tidak kesulitan ketika mencari lokasi karena sudah berada di lokasi yang sangat strategis. Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka ini berlokasi di Jl. Niaga Utara No.7, Kertak baru Ilir, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin”.

d) Produk tabungan yang banyak diminati

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan untuk segi tabungan yang banyak diminati adalah tabungan easy mudharabah terlihat dari

data 50 nasabah dalam 3 bulan terakhir lebih banyak mengambil tabungan jenis easy mudharabah.

e) Terjamin keamanan data nasabah

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan dari segi keamanan data nasabah di BSI Mobile Banking juga terjaga karena setiap mengakases aplikasi BSI Mobile Banking tersebut harus menggunakan kata sandi yang kata sandi tersebut hanya nasabah yang tahu, pihak bank hanya mengarahkan nasabah untuk membuat pin atau kata sandi sendiri. Adanya keamaan data ini membuat nasabah yakin dan percaya bahwa untuk keamanan data mereka tidak akan mudah diambil oleh orang lain.

2) Meminimalkan Kelemahan (*Weaknesses*)

a) Strategi pemasaran yang kurang

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai stratagei pemasaran memang masing kurang terutama pada masyarakat pedesaan yang belum maksimal memberikan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya dan mudahnya mengakases layanan di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

b) Fasilitas yang kurang

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan untuk fasilitas yang kurang ialah fasilitas mobile banking yang terkadang gangguan dan juga jaringan yang terkadang menyulitkan para nasabah meng akses layanan tersebut.

c) Pelayanan yang kurang maksimal

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai pelayanan yang kurang maksimal itu terkendala jaringan dan waktu yang terbatas sehingga apabila pada saat itu nasabahnya banyak dan pelayanan CS atau teller terbatas sehingga membuat sebagian nasabah menunggu lama.

d) Jaringan yang belum maksimal antara perkotaan dan pedesaan

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai jaringan memang belum maksimal terutama perkotaan dengan pedesaan yang memang memiliki jangkauan yang berbeda sehingga perlu di lakukan berbagai upaya atau strategi yang mampu memaksimalkan jaringan tersebut.

Analisis Data Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal peluang dan anaman yang dihadapi Bank Syariah KCP Pasar Cempaka meliputi beberapa faktor :

3) Analisis Peluang (*Opportunities*)

a) Memiliki potensi pasar yang tinggi

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai potensi pasar yang di miliki oleh dihadapi Bank Syariah KCP Pasar Cempaka memang cukup tinggi terlihat dari data yang didapatkan dalam tiga bulan terakhir saja sudah ada 50 nasabah baru yang membuka rekening. Hal ini menandakan bahwa dihadapi Bank Syariah KCP Pasar Cempaka memiliki potensi pasar yang cukup tinggi di kalangan masyarakat sekitar.

b) Adanya perkembangan teknologi-teknologi baru dengan IT

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai adanya perkembangan teknologi baru Bank Syariah KCP Pasar Cempaka juga berkembang mengikuti perkembangan zaman sehingga tidak ada lagi layanan manual semua layanan bisa diakses dengan digital mulai dari pembukaan rekening baru, menabung di bank, melakukan transfer, penarikan uang, dan bahkan melakukan beberapa pembayaran lainnya juga dengan aplikasi dari mobile banking Bank Syariah KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

c) Dapat meningkatkan promosi setiap tahunnya

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai promosi yang dilakukan memang adanya bahwa Bank Syariah KCP Pasar Cempaka Banjarmasin juga melakukan promosi setiap tahunnya untuk menarik minat nasabah salah satunya adanya umroh gratis bagi nasabah yang paling banyak melakukan transaksi atau memiliki saldo rekening tertinggi pada tahun atau bulan tersebut.

d) Mayoritas masyarakat mampu mengakses layanan digital banking

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai kemampuan nasabah dalam mengakses layanan digital ini sudah cukup baik karna banyaknya masyarakat yang sudah memiliki smartphone.

e) Hubungan yang baik dengan nasabah

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai hubungan yang dijalin kepada nasabah memang sangat baik, banyak nasabah yang mengatakan bahwa semua staf sangat ramah dan sopan dalam memberikan

pelayanan hal ini memberikan keunggulan tersendiri bagi pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin karena memberikan nilai positif masyarakat terhadap pelayanan dan hubungan yang diberikan kepada nasabah. Hubungan yang baik ini akan membawa para nasabah secara tidak langsung akan membawa nasabah yang lain baik itu dari saudara maupun temannya untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka.

4) Analisis Anaman (*Threats*)

a) Serangan *Cyber Crime*

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai serangan *Cyber Crime* memang pernah ada karena kurangnya pengamanan data sehingga pernah terkena serangan *Cyber crime* namun hal tersebut mampu di atasi dan dilakukan pengamanan yang ketat sehingga untuk saat ini keamanan data Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dapat dikendalikan. Dari hasil wawancara dijelaskan bank syariah perlu melakukan pengidentifikasian dan penanganan terhadap ancaman keamanan serta harus mempersiapkan tingkat keamanan yang tinggi agar tidak terjadi *Cyber Crime* atau kebocoran data nasabah dengan menerapkan langkah-langkah yang tepat seperti menggunakan teknologi keamanan dan melakukan pengembangan kebijakan keamanan.

b) Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang Digital banking

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap digital banking memang masih rendah oleh karenanya pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka

Banjarmasin harus memberikan sosialisasi kepada masyarakat terutama masyarakat pedesaan yang memang tidak mengetahui dengan benar apa fungsi dan kegunaan digital banking tersebut padahal hal tersebut sangat berguna untuk memudahkan melakukan pelayanan dan transaksi.

c) Adanya orang yang menggunakan data nasabah sembarangan

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai data nasabah yang digunakan sembarangan ini tidak ditemukan karena ketatnya data nasabah yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin tidak memungkinkan seseorang dapat menggunakan data nasabah orang lain karena banyaknya data yang harus diverifikasi, sehingga untuk keamanan data nasabah terjamin.

d) Kalah saing dengan bank lain

Berdasarkan pengamatan saat wawancara yang penulis lakukan mengenai adanya persaingan antar bank memang salah satu menjadi kendala yang ada terutama adanya bank konvensional yang memang lebih banyak diminati oleh masyarakat karena banyaknya sosialisasi yang dilakukan oleh bank konvensional tersebut, sedangkan untuk Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin memang masih kurang dari segi sosialisasi sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keunggulan dari Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin tersebut.

1) Pemberian Nilai Bobot dan Rating

Tabel. 4.3 Pemberian Bobot dan Rating Faktor Internal Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS)

No	Uraian	Skor Bobot		
		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Pelayanan yang bagus	0,10	3,8	0,38
2	Fasilitas yang memadai	0,10	3,6	0,36
3	Mempunyai letak lokasi yang strategis	0,1	3,4	0,34
4	Produk tabungan yang banyak diminati	0,10	3,3	0,33
5	Aplikasi M banking yang mudah di pahami	0,11	3,6	0,40
6	Terjamin keamanan data nasabah	0,09	3,4	0,30
	Jumlah	0,6	-	2,11
Kelemahan				
1	Startegi pemasaran yang kurang	0,10	1,6	0,16
2	Fasilitas yang kurang	0,1	1,5	0,15
3	Pelayanan yang kurang maksimal	0,11	1,4	0,15
4	Jaringan yang belum maksimal antara perkotaan dan pedesaan	0,09	2,4	0,21
	Jumlah	0,4	-	0,67
	Total	1		2,78

Sumber: Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Rangkuti (2016: 26)

Tabel. 4.4 Pemberian Bobot dan Rating Faktor Internal Analisis Faktor Strategi Ekternal (EFAS)

No	Uraian	Skor Bobot		
		Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Memiliki potensi pasar yang tinggi	0,11	3,7	0,40
2	Adanya perkembangan teknologi-teknologi baru	0,12	3,4	0,40

	dengan perkembangan IT			
3	Dapat meningkatkan promosi disetiap tahunnya	0,11	3,3	0,36
4	Mayoritas masyarakat mampu mengakses layanan digital banking	0,10	3,2	0,32
5	Hubungan yang baik dengan nasabah	0,10	3,6	0,36
	Jumlah	0,54		1,84
Ancaman				
1	Serangan Cyber Crime	0,11	2	0,22
2	Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang digital banking	0,11	1,9	0,20
3	Adanya orang yang menggunakan data nasabah sembarangan	0,12	2	0,24
4	Kalah saing dengan bank lain	0,12	2	0,24
	Jumlah	0,46		0,9
	Total	1		2,74

Sumber: Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Rangkuti (2016: 26)

2) Matriks SWOT

Setelah memberikan nilai bobot dan rating pada faktor internal dan eksternal, kemudian menemukan alternatif-alternatif strategi matriks SWOT. Maka selanjutnya penulis akan menyajikan table matriks SWOT.

Tabel 4.5 Matriks SWOT

	Strengths (S)	Weaknesses (W)
IFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang bagus 2. Fasilitas yang memadai 3. Mempunyai letak lokasi yang strategis 4. Produk tabungan yang banyak diminati 5. Aplikasi M banking yang mudah di pahami 6. Terjamin keamanan data nasabah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi pemasaran yang kurang 2. Fasilitas yang kurang 3. Pelayanan yang kurang maksimal 4. Jaringan yang belum maksimal antara perkotaan

EFAS		dan perdesaan
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki potensi pasar yang tinggi 2. Adanya perkembangan teknologi-teknologi baru dengan IT 3. Dapat meningkatkan promosi setiap tahunnya 4. Mayoritas masyarakat mampu mengakses digital banking 5. Hubungan yang baik dengan nasabah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas pelayanan 2. Mengembangkan produk sesuai dengan permintaan pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jaringan pemasaran 2. Meningkatkan kualitas produk
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Serangan Cyber Crime 2. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang digital banking 3. Adanya orang yang menggunakan data nasabah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan media sosial 2. Memilih Lokasi bank strategis untuk menarik minat masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemasaran yang kreatif 2. Meningkatkan promosi melalui media sosial

sembaraban 4. Kalah saing dengan bank lain.		
--	--	--

Berdasarkan analisis indikator tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal pada bank. Dari analisis tersebut ditemukan empat formulasi strategi (SO, WO, ST, WT) yang terdapat dalam matriks SWOT. Berdasarkan analisis di atas diketahui strategi yang tepat adalah sebagai berikut :

1) Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*opportunity*) yang dimiliki oleh perusahaan. Adapun strategi SO yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka adalah sebagai berikut :

a. Meningkatkan kualitas pelayanan

Salah satu penyebab masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah Bank Syariah KCP Pasar Cempaka adalah mendapatkan pelayanan yang baik. Strategi peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan agar memberi kepercayaan dan kenamanan kepada masyarakat.

b. Mengembangkan produk sesuai dengan permintaan pasar

Strategi pengembangan produk perlu untuk mendapatkan nasabah saat momentum suatu produk memiliki permintaan pasar yang tinggi.

2) Strategi WO

Strategi WO merupakan strategi yang dilakukan dengan menciptakan strategi baru untuk meminimalisasi kelemahan (*Weakness*) melalui pemanfaatan terhadap peluang yang dimiliki perusahaan. Adapun strategi WO yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka antara lain:

a) Memperluas jaringan pemasaran

Strategi memperluas jaringan pemasaran merupakan salah satu upaya jangka panjang agar bank dapat menambah relasi untuk mendapatkan nasabah. Perluasan jaringan pemasaran pada Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka perlu dilakukan untuk kemajuan bank.

b) Meningkatkan kualitas produk

Bank syariah harus menyediakan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Bank harus melakukan inovasi produk perbankan untuk memastikan bahwa produk tersebut tetap memiliki nilai jual kepada nasabah.

3) Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang dilakukan dengan menciptakan strategi baru melalui pemanfaatan kekuatan (*Strength*) untuk mengatasi ancaman (*threat*). Adapun strategi ST yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka antara lain:

a) Memaksimalkan media sosial

Setiap bank pasti memiliki sosial media. Strategi memaksimalkan media sosial dapat dilakukan dengan membuat media sosial khusus bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka. Strategi dapat dilanjutkan dengan membuat

konten menarik sesuai dengan kebutuhan tiap media sosial agar dapat menjangkau para sosial media dengan baik.

b) Memilih Lokasi bank strategis untuk menarik minat masyarakat

Dalam menarik perhatian masyarakat menjadi nasabah bank harus memilih lokasi yang strategis agar masyarakat tertarik menjadi nasabah. Di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka ini berlokasi di tengah tengah kota tepatnya didalam pasar dimana tempat tersebut ramai dan mudah di jangkau oleh masyarakat.

4) Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi yang dilakukan dengan meminimalisasi kelemahan (*Weakness*) dan menghindari ancaman. Adapaun strategi WT yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka antara lain:

a) Meningkatkan strategi pemasaran yang kreatif

Strategi ini disusun sebagai usaha untuk memasarkan produk dengan cara yang baru dalam rangka mendapatkan nasabah. Pemasaran yang kreatif dapat menjadi pembeda dengan bank-bank lain sehingga dapat menarik perhatian nasabah.

b) Meningkatkan promosi melalui media sosial

Promosi merupakan upaya menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen. Strategi dalam meningkatkan kegiatan promosi perlu dilakukan seiring perkembangan zaman melalui media-media offline maupun online. Semakin banyak promosi semakin banyak masyarakat yang mengenal dan tertarik menjadi nasabah dan menggubaka produk perbankan. Promosi dapat

dilakukan melalui media cetak maupun elektronik atau bisa melalui kontak langsung atau acara lain yang melibatkan masyarakat.

3) Penentuan Matriks Grand Strategy

Dari hasil nilai matriks di atas maka dicari nilai kuadran matrik dengan asumsi sebagai berikut: untuk nilai X yaitu selisih total kekuatan dikurangi total kelemahan = $S - W = X$, dan untuk nilai Y yaitu selisih total peluang – total ancaman = $O - T = Y$. Maka hasil dari matrik nilai x dan nilai y seperti berikut:

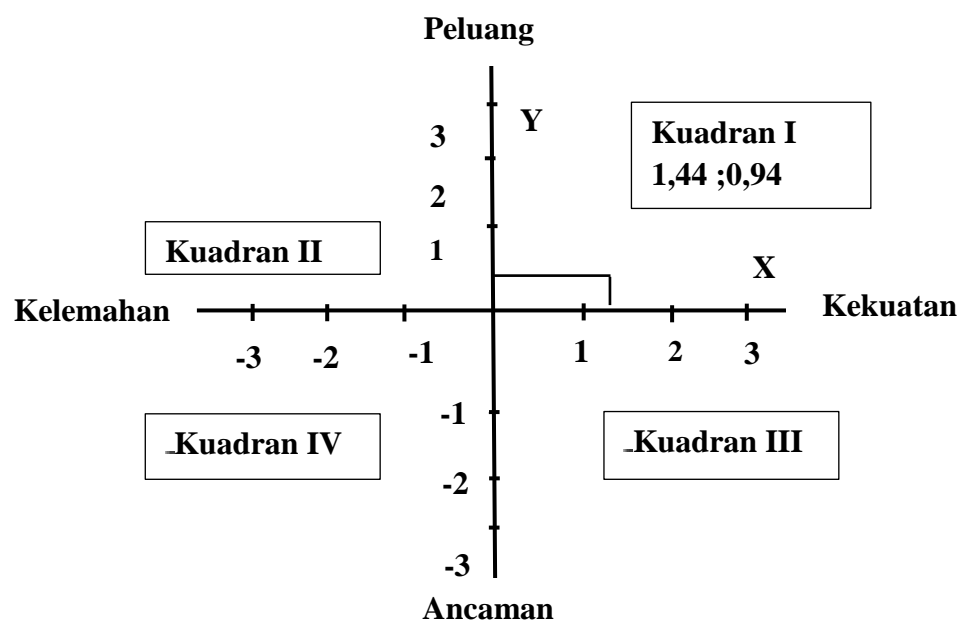
- 1) Skor Total Kekuatan : 2,11
- 2) Skor Total Kelemahan : 0,67
- 3) Skor Total Peluang : 1,84
- 4) Skor Total Ancaman : 0,9

Dari data diatas, kemudian dilakukan titik koordinat analisis internal dan eksternal. Berikut perhitungan titik koordinat :

- 1) Koordinat Analisis Internal
 - =Skor Total Kekuatan-Skor Total Kelemahan)
 - =2,11-0,67
 - =1,44
- 2) Koordinat Analisis Eksternal
 - =Skor Total Peluang-Skor Total Ancaman
 - =1,84-0,9
 - =0.94

e) Penentuan Posisi Kuadran

Berdasarkan hasil analisis SWOT maka diperoleh sumbu X sebesar 1,44 dan sumbu Y sebesar 0,94. Maka dapat digambarkan dengan diagram dibawah.



Gambar 4.2 Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan Gambar 4.2 menunjukkan bahwa kondisi perusahaan berada pada Kuadran I dimana situasi ini sangat menguntungkan bagi perusahaan. Adanya peluang dan kekuatan ini juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal BSI dalam mengurangi ancaman dan kelemahan yang ada.

Adapun faktor kekuatan yang menjadi faktor internal bank yang mampu meningkatkan potensi pada era digital ini adalah adanya pelayanan yang bagus, fasilitas yang memadai dan juga lokasi yang strategis sehingga dapat menarik minat nasabah, ditambah lagi produk tabungan mudharabah yang banyak diminati

serta aplikasi M. banking yang mudah dipahami dan memiliki fungsi yang baik sehingga sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi dan juga terjaminnya data nasabah sehingga membuat nasabah merasa yakin dan aman menjadi nasabah di BSI KCP pasar Cempaka Banjarmasin.

Selain faktor kekuatan sebagai faktor internal ternyata faktor peluang sebagai faktor eksternal juga memiliki pengaruh yang kuat seperti adanya peluang pasar yang tinggi terlihat dari jumlah nasabah dari tiga bulan terakhir yang berjumlah 50 nasabah dan juga adanya hubungan yang baik dengan nasabah sehingga nasabah yang lain mempromosikan kepada orang lain yang membuat penambahan nasabah, selain itu adanya perkembangan IT dari adanya aplikasi M-Banking membuat nasabah menjadi mudah dalam melakukan akses pelayanan di BSI.