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

Peringkat nilai rating terhadap factor kekuatan perusahaan

Petunjuk Pengisian

1. Pemberian nilai peringkat/rating menunjukkan tingkat factor strategis sebagai kekuatan atau kelemahan. Pemberian nilai peringkat di dasarkan pada keterangan berikut :

   Nilai **4**, Jika factor strategis tersebut di nilai menjadi **kekuatan utama**.

   Nilai **3,** Jika factor strategis tersebut di nilai menjadi **kekuatan kecil**.

2. Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda check list (√).

Kekuatan	4	3
• Tersedianya mobile printer	√	
• Setoran awal dan setoran selanjutnya lebih rendah	√	
• Bebas biaya admin	√	
• Persyaratan yang mudah	√	
• Sistem jemput bola	√	

Pemberian nilai rating terhadap factor kekuatan perusahaan Petunjukan Pengisian :

1. Pemberian nilai peringkat/rating menunjukkan tingkat factor strategis sebagai kekuatan atau kelemahan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :

   Nilai **1**, Jika factor strategis tersebut dinilai menjadi **kelemahan utama.**

Nilai **2**, Jika factor strategis tersebut dinilai menjadi **kelemahan kecil.**

2. Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda check list (√)

Kelemahan	1	2
• *Custtomer service* dan *Teller* menjad satu	√	
• Tidak ada Anjungan Tunai Mandiri (ATM) nya	√	
• Tempat yang kurang strategis		√
• Pelayanan kurang maksimal		√

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

1. Pemberian nilai peringkat/rating terhadap peluang

Petunjuk Pengisian :

Pemberian nilai peringkat di dasarkan pada kemampuan perusahaan dalam meraih peluang yang ada. Pemberian nilai peringkat di dasarkan 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
• Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan	√			
• Kecendrungan nasabah menabung di BMT di bandingkan menabung di BANK	√			
• Mampu memasarkan produk ke desa terpencil karena bagian pemasaran memilik akses yang banyak		√		
• Dibutuhkan di semua kalangan masyarakat	√			
• Investasi jangka panjang		√		

2. **Pemberian nilai peringkat / rating terhadap ancaman Petunjuk Pengisian :**

``Pemberian nilai peringkat di dasarkan pada besarnya ancaman yang dapat mempengaruhi keberadaan perusahaan. Pemberian nilai peringkat di dasarkan pada keterangan berikut :

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

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

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

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

Ancaman	**4**	**3**	**2**	1
• Banyaknya pesaing di sekitar lokasi usaha			√	
• Masyarakat masih belum terlalu percaya terhadap BMT		√		
• Sistem jemput bola tergantung cuaca			√	

TABEL BOBOT FAKTOR STRATEGIS INTERNAL

FaktorEksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
Kekuatan											
A. Tersedia nya mobile printer		**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**1**	**1**	**14**	**0,11**
B. Setoran awal dan setoran selanjutnya lebih rendah	**2**		**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**1**	**1**	**14**	**0,11**
C. Bebas biaya admin	**2**	**2**		**2**	**2**	**2**	**2**	**1**	**1**	**14**	**0,11**
D. Persyaratan yang mudah	**2**	**2**	**2**		**2**	**2**	**2**	**1**	**1**	**14**	**0,11**
E. Sistem jemput bola	**2**	**2**	**2**	**2**		**2**	**2**	**1**	**1**	**14**	**0,11**
Kelemahan											
F. Customer service dan *Teller* menjadi satu	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**		**2**	**1**	**1**	**14**	**0,11**
G. Tidak ada Anjungan Tunai Mandiri (ATM) nya	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**		**1**	**1**	**14**	**0,11**
H. Tempat yang kurang stratagis	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**		**3**	**10**	**0,08**
I. Pelayanan yang kurang maksimal	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**3**		**10**	**0,08**
Total										**118**	**1,00**

TABEL BOBOT FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL										
FaktorEksternal	**A**	**B**	**C**	**D**	**E**	**F**	**G**	**H**	**Total**	**Bobot**
Peluang										
A. Promosi sangat menentukan keberhasian perusahaan		**2**	**1**	**2**	**3**	**1**	**3**	**1**	**13**	**0,11**
B. Kecenderungan nasabah menabung di BMT dibandingkan menabung di bank	**2**		**1**	**2**	**3**	**1**	**3**	**1**	**13**	**0,11**
C. Mampu memasarkan produk ke desa terpencil karena bagian pemasaran memiliki akses yang banyak	**1**	**1**		**3**	**3**	**2**	**3**	**2**	**15**	**0,13**
D. Dibutuhkan semua kalangan masyarakat	**2**	**2**	**1**		**3**	**1**	**3**	**1**	**13**	**0,11**
E. Investasi jangka panjang	**3**	**3**	**1**	**3**		**1**	**2**	**1**	**14**	**0,12**
Ancaman										
F. Banyaknya pesaing disekitar lokasi usaha	**1**	**1**	**2**	**1**	**1**		**3**	**2**	**11**	**0,10**
G. Masyarakat belum terlalu percaya terhadap BMT	**3**	**3**	**1**	**3**	**3**	**1**		**1**	**15**	**0,13**
H. Sistem jemput bola tergantung cuaca	**3**	**3**	**2**	**3**	**3**	**2**	**3**		**19**	**0,17**
Total									**113**	**1,00**

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 = baikAngka
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 Saat ini**						**Urgensi Penanganan**			
1	Tersedianya mobile printer						6				4
2	Setoran awal dan selanjutnya lebih rendah				4				2		

3	Bebas biaya admin						6				4
4	Persyaratan yang mudah						6				4
5	Sistem jemput bola						6				4

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
1	*Customer service* dan *Teller* menjadi satu			3						2	
2	Tidak ada Anjungan Tunai Mandiri (ATM) nya	1							2		
3	Tempat yang kurang strategis			3					2		
4	Pelayanan yang kurang maksimal			3					2		

No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
1	Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan						6				4
2	Kecenderungan nasabah menabung di BMT dibandingkan menabung di bank					5					4
3	Mampu memasarkan produk ke desa					5				3	

	terpencil karena bagian pemasaran memiliki akses yang banyak										
4	Dibutuhkan di semua kalangan masyarakat						6				4
5	Investasi jangka panjang				4						4

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
1	Banyaknya pesaing di sekitar lokasi usaha			3					2		
2	Masyarakat masih belum terlalu percaya terhadap BMT		2							3	
3	Sistem jemput bola tergantung cuaca						6				4

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 di implementasi kan, yaitu dengan cara pemberian rating terhadap seberapa besar factor strategis tersebut mempunyai daya tarik untuk menunjang keberhasilan alternative strategi pemasaran

PETUJUK UMUM:

1. Pengisian kuisioner dilakukan secara tertulisoleh responden

2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari responden.

3. Dalam pengisian kuisioner, 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 factor strategis internal dan eksternal terhadap alternatif strategi pemasaran yang layak untuk di implementasikan. Pemberian nilai peringkat di dasarkan 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**	
		AS	**TAS**	**AS**	**TAS**	**AS**	**TAS**	**AS**	**TAS**	**AS**	**TAS**	**AS**	**TAS**	**AS**	**TAS**
Kekuatan															
A. Tersedianya Mobile Printer	0.11	2	0.22	2	0.22	4	0.44	3	0.33	3	0.33	4	0.44	2	0.22
B. Setoran awal dan selanjutnya lebih rendah	0.11	3	0.33	1	0.11	3	0.33	2	0.22	4	0.44	4	0.44	2	0.22
C. Bebas biaya admin	0.11	4	0.44	4	0.44	4	0.44	3	0.33	4	0.44	3	0.33	3	0.33
D. Persyaratan yang mudah	0.11	2	0.22	2	0.22	1	0.11	1	0.11	3	0.33	4	0.44	3	0.33
E. Sistem jemput bola	0.11	3	0.33	3	0.33	3	0.33	2	0.22	2	0.22	4	0.44	1	0.11
Kelemahan															
F. *Customer service* dan *Teller* menjadi satu	0.11	1	0.11	1	0.11	2	0.22	3	0.33	4	0.44	3	0.33	2	0.22
G. Tidak ada Anjungan Tunai Mandiri (ATM) nya	0.11	4	0.44	2	0.22	4	0.44	4	0.44	3	0.33	4	0.44	1	0.11
J. Tempat yang kurang strategis	0.08	3	0.24	2	0.16	3	0.24	4	0.32	4	0.32	4	0.32	3	0.24
K. Pelayanan yang kurang maksimal	0.08	2	0.16	4	0.32	4	0.32	3	0.24	4	0.32	3	0.24	2	0.16
Peluang															

A. Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan	0.11	2	0.22	1	0.11	3	0.33	1	0.11	2	0.22	3	0.33	1	0.11
B. Kecendrungan nasabah menabung di BMT di bandingkan menabung di Bank	0.11	2	0.22	4	0.44	1	0.11	1	0.11	2	0.22	4	0.44	3	0.33
C. Mampu memasarkan produk ke desa terpencil karena bagian pemasaran memiliki akses yang banyak	0.13	2	0.26	4	0.52	4	0.52	3	0.39	4	0.52	3	0.39	3	0.39
D. Dibutuhkan di semua kalangan masyarakat	0.11	3	0.33	1	0.11	4	0.44	2	0.22	4	0.44	3	0.33	2	0.22
E. Investasi jangka panjang	0.12	1	0.12	2	0.24	2	0.24	3	0.36	3	0.36	4	0.48	1	0.12
Ancaman															

F. Banyaknya pesaing di sekitar lokasi	0.10	1	0.10	3	0.30	2	0.20	2	0.20	3	0.30	4	0.40	4	0.40
G. Masyarakat masih belum terlalu percaya terhadap BMT	0.13	3	0.39	2	0.26	2	0.26	4	0.52	3	0.39	4	0.52	1	0.13
H. Sistem jemput bola tergantung cuaca	0,17	3	0.51	2	0.34	3	0.51	1	0.17	3	0.51	3	0.51	1	0.17
TOTAL			**4.64**		**4.45**		**5.48**		**4.62**		**6.13**		**6.82**		**3.81**

Keterangan Strategi :

Strategi1 :Meningkatkan hubungan ikatan baik dengan anggota

Strategi 2 : Mempertahankan sumber daya manusia yang potensial untuk dapat memberikan pelayanan yang baik agar dapat menghadapi persaingan

Strategi 3 : Membangun kerjasama dengan bank atau lembaga keuangan lain untuk mengembangkan penggunaan aplikasi mobile

Strategi 4 :Membangun *brand image* dimasyarakat

Strategi 5 : Menambah SDM pemasaran

Strategi 6 : Meningkatkan promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar

Strategi 7 : Memperluas media pengaksesan aplikasi

RIWAYAT HIDUP

1.	Nama Lengkap	: Upi
2.	TempatdanTanggalLahir	: Babirik,15 Mei 1995
3.	Agama	: Islam
4.	Kebangsaan	:Indonesia
5.	Status perkawinan	: Belum Kawin
6.	Alamat	: Jln. Mekarsari Km. 16 Tamban, Kab. Barito Kuala
7.	Pendidikan	: SDN Bandaraya III Kapuas Kuala Kab. Kapuas
		: SMPN 2 Mekarsari Kab. Barito Kuala
		: MA Darul Ilmi
8.	PengalamanOrganisasi	: WMM (Wirausaha Muslim Mandiri)
9.	Orang Tua	:
	Ayah	:
	Nama	:H. Saleh
	Pekerjaan	:Pedagang
10.	Alamat	: Jln. Mekarsari Km. 16 Tamban, Kab. Barito Kuala
	Ibu	:
	Nama	:Hj. Mawarni
	Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
11.	Alamat	:Jln. Mekarsari Km. 16 Tamban, Kab. Barito Kuala
12.	Saudara (jumlahsaudara)	:3 (tiga) orang
13.	Suami /Istri	: -

Banjarmasin, 20 Desember 2018

Penulis