BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Penyajian Data

1. Sejarah Singkat BMT UGT Sidogiri

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat "Koperasi BMT UGT Sidogiri" mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 juni 2000 M. Di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan hukum koperasi dari kanwil dinas koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000.

BMT UGT Sidogiri didirikan oleh beberapa orang yang berada dalam satu kegiatan Urusan Guru Tugus Pondok Pesantren Sidogiri (Urusan GT PPS) yang di dalamnya terdapat orang-orang yang berprofesi sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan dan para simpatisan yang menyebar di wilayah jawa timur.

Koperasi BMT UGT Sidogiri membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial. Alhamdulillah, pada saat ini BMT UGT Sidogiri telah berusia 18 tahun dah sudah memiliki 277 unit layanan Baitul maal wat tamwil/Jasa Keuangan Syariah.

Koperasi BMT UGT Sidogiri yang beralamatkan di Jl. Kemuning No 14C RT. 09/02 Kel. Kemuning Banjarbaru Selatan Banjarbaru Kota Kalimantan Selatan ini didirikan pada tahun 2012, buka setiap hari dari

jam 08.00-17.00 namun pada hari jum'at tidak beroperasi. Berdasarkan hasil wawancara, upaya yang dilakukan BMT UGT Sidogiri dalam melakukan pemasaran untuk menarik calon anggotanya yaitu dengan membagikan brosur pembagian brosur diharapkan mampu menarik minat menabung dengan cara menjelaskan keuntungan yang akan di dapatkan dari tabungan umum syariah seperti bagi hasil, aman dan transfaran, aplikasi Mobile UGT, spanduk, pemasaran dari mulut ke mulut, dan pemasaran secara langsung yang dilakukan BMT dengan mendatangi pasar-pasar yang ada di banjarbaru an sekitarnya seperti pasar Bauntung, pasar Sakumpul dan pasar Martapura. Menurut bapak Misnudi pasar dipilih sebagai salah satu tempat sasaran pemasaran produk tabungan Umum Syariah dianggap lebih potensial untuk mencari calon anggota karena banyaknya para pedagang yang ada dipasar

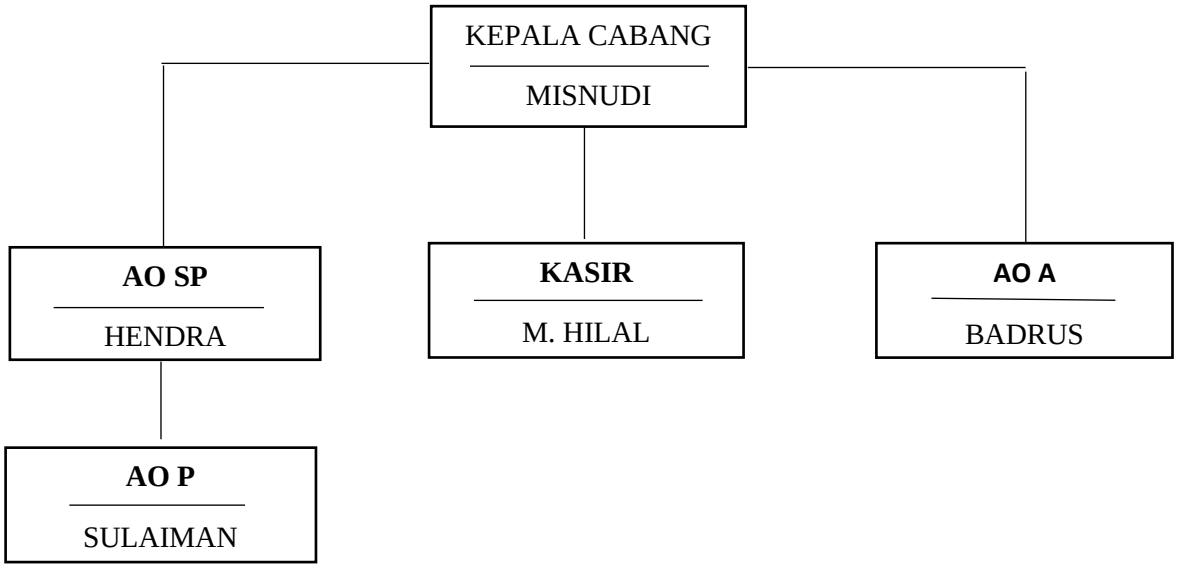
Selain dari segi layanan juga tidak luput dari bagian strategi yang dilakukan oleh BMT dalam menarik minat calon anggotanya salah satunya yaitu dengan menggunakan layanan jemput Bola alasan menggunakan layanan ini karena tinggi nya permintaan terhadap layanan jemput bola, layanan jemput bola bertujuan untuk mempermudah anggotanya dalam menabung dengan adanya layanan ini anggota tidak perlu lagi datang ke BMT.

2. Visi dan Misi

- Visi
  - Terbangunnya dan berkembangnya ekonomi umat dengan landasan syariah islam.
  - Terwujudnya budaya *ta'awun* dalam kebaikan dan ketakwaan di bidang sosial ekonomi.
- Misi
  - Menenapkan dan memasyarakatkan syariah islam dalam aktivitas ekonomi.
  - Menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah di bidang ekonomi adalah adil, mudah, dan maslahah
  - Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota
  - Melakukan aktivitas ekonomi dengan budaya STAF (Shiddiq/Jujur, Tabligh/Komunikatif, Amanah/Dipercaya, Fatonah/Profesional).

3. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru

BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarbaru yang beralamatkan di Jl. Kemuning No 14C RT. 09/02 Kel. Kemuning Banjarbaru Selatan Banjarbaru Kota Kalimantan Selatan mempunyai struktur organisasi di gambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Struktur Organisasi

Sumber: Data wawancara, 2017

- **AO SP**(*Account Officer* Simpanan dan Penagihan)
- **AO P**(*Account Officer*Penagihan)
- **AO A** (*Account Officer Survey* dan Analisa)

4. Penyajian Data Lingkungan Internal

Analisis Lingkungan internal kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Produk Tabungan Umum Syariah meliputi beberapa faktor. Analisis kekuatannya antara lain:

(a) Tersedia nya Mobile printer.

Tersedia nya mobile printer di BMT UGT Sidogiri supaya memudahkan karyawan lapangan untuk mencetak struk nasabah ketika menyetor uang di lapangan.

(b) **Setoran awal dan setoran selanjutnya lebih rendah**.

BMT UGT Sidogiri juga meringankan kita menabung di sana yaitu dengan setoran awalnya minimal RP. 10.000 dan setoran selanjutnya yaitu RP. 1.000

(c) Bebas biaya administrasi.

Dalam administrasinya produk tabungan ini tidak dipungut biaya sedikit pun dalam proses transaksinya untuk biaya pendaftarannya pertama anggota hanya membayar untuk pembelian buku tabungan saja.

(d) Persyaratan yang mudah

Persyaratan yang mudah juga di terapkan BMT UGT Sidogiri yaitu dengan fotokopi kartu identitas (KTP/SIM) calon anggota sudah bisa membuka tabungan Umum Syariah .

(e) **Memiliki sistem jemput bola**.

Pelayanan yang diberikan oleh BMT UGT Sidogiri ini ialah sistem jemput bola yang mana dari bagian lapangan sendiri bertugas setiap harinya untuk mengambil berupa tagihan dan tabungan bagi anggota yang tidak bisa secara langsung ke kantor BMT UGT SIdogiri.

Selain kekuatan, Produk Tabungan Umum Syariah juga memiliki beberapa kelemahan antara lain:

(a) *Customer service* dan *Teller* menjadi satu.

Keterbatasan tenaga kerja di BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru menjadikan CS dan Teller menjadai satu sehingga anggota yang mau nabung dan mau tau informasi tentang produk BMT menjadi terhambat .

(b) Tidak ada Anjungan Tunai Mandiri (ATM) nya.

Pada Produk Tabungan Umum Syariah untuk penarikan uang tabungan hanya di lakukan di kantor dan ketika para karyawan BMT bertugas karena di BMT belum ada Anjungan Tunai Mandirinya.

(c) Tempat yang kurang strategis

BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru yang beralamatkan di Jl. Kemuning No 14C RT. 09/02 ini kurang strategis karena kantor terlalu

masuk ke dalam dan tertutup ruko ruko di sampingnya sehingga menyulitkan calon anggota mencari nya

(d) Pelayanan yang kurang maksimal

Kurang nya penjagaan di BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru menjadi kurang nya kenyamanan para anggota

5. Penyajian Data Lingkungan Eksternal

Analisis Linkungan eksternal peluang dan ancaman yang dihadapi Produk Tabungan Umum Syariah meliputi beberapa faktor. Analisis peluangnya antara lain :

(a) Promosi sangat menentukan keberhasilan.

Dengan adanya promosi maka calon anggota akan mengetahui bahwa BMT Meluncurkan produk yang akan menggoda calon anggota untuk menabung di BMT UGT Sidogiri.

(b) Kecendrungan anggota menabung di BMT di bandingkan menabung di Bank.

Kecendrungan anggota menabung di BMT bandingkan menabung karena para anggota rata-rata pedagang kaki lima dimana para pedagang lebih suka menabung di tempat kerjaannya karena mudah dan tak perlu antri.

(c) Mampu memasarkan produk ke desa terpencil.

Dalam hal ini BMT UGT Sidogiri mampu memasarkan produk nya ke desa desa terpencil karena bagian pemasaran memiliki akses yang banyak.

(d) Dibutuhkan di semua kalangan masyarakat.

Maksudnya produk tabungan Umum Syariah bisa untuk siapa saja baik non muslim ataupun muslim asal mempunyai kartu identitas baik berupa KTP atau Sim

(e) Investasi jangka panjang.

Kenapa di sebut investasi jangka panjang karena dengan menabung di BMT kita mendapatkan keuntungan bagi hasil nya yaitu 30% untuk anggota dan 70% BMT.

Selain Peluang, Produk Tabungan Umum Syariah juga memiliki beberapa Ancaman antara lain:

(a) Banyaknya Pesaing di sekitar lokasi.

Beberapa lembaga keuangan sya'riah yang muncul di Banjarbaru, ini bisa menjadi ancaman besar bagi BMT UGT Sidogiri. Karena persaingan pasar semakin sengit. Oleh karena itu sebelum hal tersebut terjadi, maka BMT UGT Sidogiri harus terus melakukan antisipasi dan

evaluasi serta menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar keberadaannya mendapat posisi di hati masyarakat.

(b) Masyarakat masih belum terlalu percaya terhadap BMT .

BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru masih belum mendapatkan kepercayaan di sekitar lokasi karena pernah ada instansi keuangan di sekitaran BMT yang membawa kabur uang nasabah nya sehingga dampak nya juga di rasakan oleh BMT UGT Sidogiri.

(c) Sistem jemput bola tergantung cuaca

BMT UGT Sidogiri sendiri menggunakan sistem jemput bola tpi ketika cuaca yang tidak memungkin kan seperti hujan deras dari pagi sampai siang maka karyawan BMT tidak bisa melakukan jemput bola kepada anggotanya.

B. ANALISIS DATA

1. Analisis Manajemen marketing

Dalam hal mengatur, BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru melakukan beberapa manajemen, antara lain:

a. *Planning* (perencanaan). Dalam hal perencanaan BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru merumuskan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai sebagai bentuk perencanaan yang tertuang dalam visi misi dan tujuan BMT.

b. *Organizing* (pengorganisasian). Dalam hal ini BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru melakukan penyusunan para pengurus BMT untuk dapat melaksanakan program kerja yang telah dirancang. Kepengurusan dalam BMT ini melibatkan santri alumni pondok pesantren sidogiri yang telah lulus tes seleksi. Kenapa BMT memprioritaskan kepada para alumni untuk menjadi karyawannya? Karena prinsip yang dipegang BMT UGT adalah jujur dan amanah. Sedang sifat jujur dan amanah tersebut sudah diyakini dimiliki orang lulusan pesantren.

c. *Actuating* (penggerakan). Dalam tahap ini, BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru melakukan upaya pengarahan dan bimbingan kepada para petugas yang ada. Hal ini perlu dilakukan agar apa yang telah menjadi program kerja BMT dapat dilaksanakan serta mencapai hasil atau tujuan yang diharapkan. Misalnya mengenai pembukuan BMT, dari pengurus yang berkompeten dalam hal pembukuan memberikan arahan kepada para petugasnya.

d. *Controlling* (pengawasan). Dalam hal pengawasan, BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru melakukannya secara langsung, artinya proses pengawasan dilakukan pada saat operasional BMT berlangsung. Selain itu, pengawasan juga dilakukan secara periodik pada akhir tahun dengan melihat laporan dari masing-masing devisi.

e. Meluruskan Niat Langkah pertama yang dilakukan BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru dalam melakukan manajemen pemasaran adalah dengan meluruskan niat, karena niat merupakan cermin perbuatan

seseorang. Rasulullah SAW bersabda :“Sesungguhnya sahnya perbuatan (amal) itu tergantung pada niatnya” Adapun yang dimaksud dengan meluruskan niat disini adalah:

- Meluruskan niat dengan selalu menyebut nama Allah SWT bahwa apa yang hendak dilakukan dalam kerangka pemasaran produk BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru tidak lain semata-mata untuk mengharapkan ridho-Nya.
- Meluruskan niat dengan selalu mendekatkan tindakan dengan misi BMT yang telah ditetapkan.

f. Ketuhanan

Sistem ekonomi ketuhanan ini dilandaskan pada syariat-syariat yang telah diatur dalam al-Qur’an dan as-Sunnah agar setiap kegiatan perekonomiannya mendapat ridho Allah SWT. Dalam setiap kegiatannya, BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru menjunjung tinggi nilai-nilai ketuhanan. Adapun prinsip ketuhanan yang dilakukan BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru adalah sebagai berikut:

- Menetapkan sholat lima waktu dengan berjama’ah dikantor atau dimasjid.
- Berlandaskan pada al-Qur’an dan as-Sunnah
- Ikhtiar. Melakukan kegiatan perekonomian semaksimal mungkin
- kemudian berserah diri kepada Allah

g. Kekeluargaan

Kekeluargaan merupakan hal terpenting dalam setiap kegiatan ekonomi.Karena dari sinilah kita dapat mengerti arti penting dari kerjasama, baik antara anggota maupun pihak BMT.Prinsip ini dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang Banjarabru agar terciptanya keharmonisan antara pihak BMT dengan anggota.Sehingga koneksi maupun komunikasi antar kedua belah pihak menjadi lebih baik.Tidak hanya lingkup anggota dan BMT, namun lingkup para karyawan BMT terjalin sikap kekeluargaan yang erat.Hal ini dibuktikan setiap divisinya melakukan tugas pekerjaannya dengan kerjasama yang baik.

h. Amanah

Amanah artinya memiliki tanggung jawab dalam setiap melaksanakan setiap tugas dan kewajiban.Amanah ditampilkan dengan keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan ihsan (berbuat yang baik) dalam segala hal.BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru menerapkan prinsip tersebut agar para anggota merasa aman dan nyaman bergabung dengan BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru. Uang yang dititipkan atau disimpan oleh anggota dipergunakan berdasarkan kebutuhan usaha yang akan dijalankan pada saat itu. Begitu pula ketika pembagian bagi hasil, dibagi kepada anggota sesuai dengan perjanjian diawal yang telah disepakati bersama.

2. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan merupakan proses awal dalam menentukan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memantau lingkungan

perusahaan. Lingkungan perusahaan mencakup berbagai aspek, baik yang berada di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kelangsungan pencapaian tujuan perusahaan. Secara garis besar lingkungan dapat dibagi menjadi dua, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

a. Analisis Lingkungan Internal BMT UGT cabang Banjarbaru

Analisis lingkungan internal perusahaan dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam bidang fungsional. Audit internal memerlukan pengumpulan dan informasi mengenai sumberdaya perusahaan yang meliputi bidang fungsional keuangan, produksi, pemasarandan sumber daya manusia (SDM).

1) Keuangan

Sistem pencatatan keuangan BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarbaru saat ini sudah menggunakan sistem pencatatan modern yaitu dengan sistem komputer. Dengan begitu akan mempermudah dalam proses penghitungan karena tidak lagi menggunakan pencatatan secara manual.

2) Pemasaran

Pemasaran atau promosi merupakan hal yang unik. Karena proses promosi ini bertujuan untuk menarik minat anggota agar memakai atau menggunakan produk tabungan dan jasa yang

ditawarkan. Sehingga dalam proses perjalanannya harus melalui pendekatan-pendekatan dua arah antara pihak BMT dengan anggota. Artinya antara pihak BMT dan anggota harus saling mengenal. Inilah konsep manajemen pemasaran yang baik untuk diterapkan dalam sebuah Koperasi. Dalam sebuah penerapan konsep manajemen yang baik, pemasaran sangatlah penting untuk mengenalkan produk kita kepada konsumen. Karena ada pepatah mengatakan "Tak kenal maka tak sayang", jika produk yang dimiliki sebuah usaha tidak di kenal maka sulit sekali untuk anggota akan memakai produk tersebut.

Proses pemasaran yang dilakukan BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru seperti mulut ke mulut, sistem jemput bola agar memudah kan anggotanya menabung sehingga anggota tidak usah lgi repot-repot ke kantor BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru. Yang pasti proses pemasaran yang dilakukan mengundang minat calon anggota tertarik untuk menabumg disana.

3) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) mempunyai peranan dalam mengatur semua pengelolaan yang terjadi didalam sebuah usaha. Dalam prakteknya SDM merupakan kunci utama bagi tercapainya suatu tujuan. SDM yang baik adalah yang berkualitas. Kualitas yang ada pada diri SDM sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dapat dilihat dari lingkungan, teman maupun keturunan. Maka

penting bagi para pengusaha memilih dengan hati-hati SDM-nya agar memperoleh keselarasan antara harapan produsen dengan konsumen. Karena jika melihat dalam praktek BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru, pengaruh SDM dalam proses menarik perhatian anggota sangat dilihat dari segi pelayanan yang diberikan ramah dan sopan maka anggota pun akan merasa terpuaskan, sehingga mereka tidak segan-segan untuk kembali lagi. BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru mempunyai SDM yang berkepribadian baik serta pelayanan yang baik pula. Karena dalam memberikan pelayanan para karyawan terlihat rapi, bersih, ramah, dan sopan serta cekatan. Sehingga menimbulkan kenyamanan antara anggota dengan pegawai, baik dalam proses transaksi.

b. Analisis Lingkungan Eksternal BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru

Aspek eksternal perusahaan terdiri dari lingkungan mikro dan lingkungan makro yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan strategi pemasaran. Lingkungan mikro terdiri dari pelanggan (*customers*), pesaing (*competitors*), pemasok (*suppliers*). Lingkungan makro meliputi kondisi demografi, ekonomi, alam/ekologi, sosial dan budaya, politik dan teknologi. Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menjadi peluang dan ancaman perusahaan.

1) Lingkungan Mikro

a) Pelanggan (*customer*)

Pelanggan membeli produk barang dan jasa. Sebuah usaha tidak bisa hidup tanpa dukungan pelanggan. Oleh karena itu BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru terus mengamati perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Seperti mendengarkan keluhan pelanggan dan memberikan solusi yang tepat, melayani sebaik mungkin apa yang dibutuhkan pelanggan.

b) Pesaing (*competitors*)

Pesaing adalah usaha di dalam industri yang sama dan menjual barang atau jasa kepada pelanggan. Seringkali perbedaan antara keberhasilan dan kegagalan usaha tergantung pada apakah perusahaan melakukan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing lain. Karena itu, perusahaan harus melakukan analisis bersaing, yaitu menentukan siapapesaingnya, mengantisipasi pergerakan pesaing, serta memperhitungkan kekuatan dan kelemahan pesaing. Seperti halnya BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru yang memiliki banyak pesaing disekitar lokasi , akan tetapi BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbarudapat mengatasinya dengan cara membuktikan kualitas jemput bola yang cepat dan ramah.

c) Pemasok (*suppliers*)

Pemasok adalah perusahaan yang menyediakan bahan baku, tenaga kerja, keuangan dan sumber informasi kepada perusahaan

lain. Terdapat hubungan saling ketergantungan antara pemasok dan perusahaan. Ketergantungan perusahaan pada pemasok adalah pentingnya produk pemasok bagi perusahaan dan sulitnya mencari sumber lain sebagai pengganti. Disini piham BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru baru tidak memilik pemasok karena untuk produk tidak memerlukan pemasok

2) Lingkungan Makro

a) Ekonomi

Pengaruh kondisi ekonomi dapat berdampak pada proses pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Faktor ini menjadi penilaian BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarbaru saat menentukan strategi yang akan diterapkan, dengan melihat kebutuhan masyarakat, daya beli masyarakat, faktor perkembangan ekonomi, dan biaya yang dikelurakan.

b) Teknologi

BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarbaru masih belum maximal dalam memanfaatkan perkembangan teknologi terutama dalam hal promosi dan pemasaran.

c) Politik

Komponen politik/hukum adalah undang-undang, peraturan, dan keputusan pemerintah yang mengatur perilaku usaha. Komponen politik/hukum ini dalam suatu periode waktu tertentu akan menentukan operasi perusahaan. Sehingga BMT UGT

Sidogiri cabang Banjarbarutidak mungkin mengabaikan iklim politik dan hukum-hukum maupun peraturan yangadadi suatu negara, seperti perlakuan yang adil dalam pembayaran gaji pegawai sesuai dengan perjanjian dari awal.

d)Sosial budaya

Komponen sosial budaya merujuk kepada karakteristik demografi serta perilaku, sikap, dan norma-norma umum dari penduduk dalam suatu masyarakat tertentu. Hal-hal yang diperhatiakan dalam BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru adalah seberapa besar pengetahuan masyarakat tentang kualitas BMT UGT Sidogiri dan pelayanan yang baik.

3. Perumusan Strategi Pengelolaan

a. Tahap Masukan

Hasil identifikasi faktor eksternal ditemukan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan, sedangkan dari hasil identifikasi faktor internal ditemukan kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan. Selanjutnya dilakukan pembobotan dengan *metode paired comparison* (perbandingan berpasangan) dengan melihat tingkat kepentingan dan penentuan rating atas faktor-faktor internal dan eksternal melalui proses pengisian kuisioner. Responden dari kuisioner ini yaitu kepala cabang BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru yang membawahi seluruh bagian perusahaan

dan memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan untuk strategi pengelolaan perusahaan.

1) Analisis Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan yang dihadapi BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru sebagai faktor-faktor strategis internal beserta bobot dan peringkat disajikan dalam tabel 6.Semua faktor strategis internal yang teridentifikasi menjadi kekuatan BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru adalah sama-sama nilai 0,44. Kelemahan BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru adalah sama- sama bernilai 0.11 dari dua indikator kelemahan. Total nilaimatriks IFE sebesar 2,74, nilai ini berada di atas rata-rata 2,0 nilai matriks IFE. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan untuk dapat mengatasi kelemahan perusahaan. Perusahaan sudah memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dengan cukup baik untuk mengatasi kelemahan-kelemahannya.

Tabel 6. Matriks IFE

Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Nilai
Kekuatan			
Tersedia nya mobile printer	0.11	4	0.44
Setoran awal dan setoran selanjutnya lebih rendah	0.11	4	0.44
Bebas biaya admin	0.11	4	0.44
Persyaratan yang mudah	0.11	4	0.44
Sistem jemput bola	0.11	4	0.44
Kelemahan			
Customer service dan *Teller* menjadi satu	0.11	1	0.11
Tidak ada Anjungan Tunai Mandiri (ATM) nya	0.11	1	0.11
Tempat yang kurang strategis	0.08	2	0.16
Pelayanan yang kurang maksimal	0.08	2	0.16
Total	1,00		2,74

2) Analisis Matriks *Enternal Factor Evaluation* (EFE)

Hasil identifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru sebagai faktor-faktor strategis eksternal beserta bobot dan peringkat disajikan dalam tabel 7. Peluang utama yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru yaitu Dibutuhkan di semua kalangan masyarakat 0,44. Sebagai ancaman utama bagi perusahaan adalahMasyarakat masih

belum terlalu percaya terhadap BMT 0,39. Secara umum total nilai BMT UGT Sidogiri cabang Banjarbaru, yaitu sebesar 2,7berada diatas nilai rata-rata nilai matriks EFE 3. Ini menggambarkan bahwa pengaruh eksternal yang dihadapi perusahaan cukup kuat dan berada di posisi sedang dan perusahaan dapat merespon peluang dan ancaman yang dihadapi dengan baik.

Tabel 7. Matriks EFE

FaktorEksternalUtama	Bobot	Peringkat	Nilai
Peluang			
Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan	0,11	4	0,44
Kecendrungan nasabah menabung di BMT di bandingkan menabung di Bank	0,11	4	0,44
Mampu memasarkan produk ke desa terpencil karena bagian pemasaran memiliki akses yang banyak	0,13	3	0,39
Dibutuhkan di semua kalangan masyarakat	0,11	4	0,44
Investasi jangka panjang	0,12	3	0,36
Ancaman			
Banyaknya pesaing di sekitar lokasi usaha	0,10	2	0,20
Masyarakat masih belum terlalu percaya terhadap BMT	0,13	3	0,39
Sistem jemput bola tergantung cuaca	0,17	2	0,34
Total	1,00		3

3) Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Hasil total nilai kedua matriks di atas kemudian dipetakan ke dalam matriks IE seperti pada gambar 3 berikut. Dapat dilihat posisi BMT UGT Sidoigri cabang Banjarbaru berada di kuadrat V, karena nilai total EFE 3 dan nilai total IFE adalah 2,74. Posisi ini menunjukkan perusahaan ada pada tahap tumbuh dan stabil.

Tabel 8. Matriks IE

Total Skor Faktor Strategis Internal

Total Skor Faktor Strategis Eksternal	Kuat 4.0	Rata-rata 3.0	Lemah 2.0
Tinggi 1.0	**I** Pertumbuhan	**II** Pertumbuhan	**III** Penciutan
Menengah 3.0	**IV** Stabilitas	**V** Pertumbuhan / Stabilitas	**VI** Penciutan
Rendah 2.0	**VII** Pertumbuhan	**VIII** Pertumbuhan	**IX** Likuidasi
1.0			

Sumber: Rangkuti, 1997

Strategi yang diambil sebaiknya adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar didefinisikan sebagai strategi yang berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa saat ini melalui upaya pengelolaan yang lebih baik lagi. Penetrasi pasar mencakup meningkatkan jumlah tenaga penjual,

meningkatkan jumlah belanja iklan, menawarkan promosi penjualan yang ekstensif atau meningkatkan usaha publisitas. Pengembangan produk didefinisikan sebagai strategi yang mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa saat ini.

4) Analisis SWOT

Berdasarkan posisi perusahaan yang diperoleh dari matriks IE, maka perusahaan dapat memformulasikan alternatif strategi yang layak untuk di implementasikan dengan menggunakan matriks SWOT (*Strength,Weakness, Opportunities,* dan *Threats*). Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Berdasarkan hasil penelitian, matriks SWOT memberikan strategi alternatif yang layak terkait dengan posisi perusahaan pada sel V (tumbuh dan stabil) sebagai berikut: strategi S-O, S-T, W-O dan W-T yang diringkas dalam tabel 9.

a) Strategi S-O

1) Meningkatkan hubungan ikatan baik dengan anggota (S1, S2, S5, O5).Memberikan perhatian lebih kepada anggota misalnya bercengkrama baik itu pada saat di kantor maupun

di luar kantor merupakan cara yang baik dalam membangun ikatan kekeluargaan sehingga secara tidak langgung akan berdampak pada loyalitas.

2) Mempertahankan ciri khas produk tabungan Umum Syariah (S3, S4, O1, O2, O3, O4) dipertahankan sistem jemput bola ke plosok kota agar menarik minat anggota lainnya untuk bergabung menjadi anggota dari tabungan umum syariah

b) Strategi S-T

1) Mempertahankan sumber daya manusia yang potensial untuk dapat memberikan pelayanan yang baik agar dapat menghadapi persaingan (S1, S2, S4,T3). Dengan adanya SDM yang potensial dapat digunakan sebagai salah satu senjata untuk menghadapi persaingan dari segi pelayanan yang baik kepada anggota.

2) Membangun kerjasama dengan bank atau dengan lembaga keuangan lain untuk mengembangkan penggunaan aplikasi mobile yang dimiliki BMT UGT Sidogiri (S3, S5, T1, T2). Salah satu fungsi aplikasi yang belum dimiliki BMT UGT Sidogiri adalah transfer BMT dengan lembaga keuangan lain seperti Bank dengan melakukan kerjasama diharapkan penggunaan aplikasi bisa *maximal* agar tidak tertinggal dengan pesaing.

c) Strategi W-O

1) Membangun *brand image* dimasyarakat (W3, W4, O1, O2, O3). Membangun *brand image* dengan cara sosialisasi dan memberikan pemahaman mengenai produk tabungan Idul Fitri.
2) Menambah SDM pemasaran (W1, W2, O4, O5). Merekrut karyawan untuk ditempatkan khususnya di bagian pemasaran.

d) Strategi W-T

1) Meningkatkan promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar (W1, W3, T1, T2, T4). Untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas dibutuhkan media promosi seperti media elektronik televisi, media cetak surat kabar. Strategi ini mampu untuk dapat bersaing menghadapi persaingan jika dimaksimalkan.

Tabel 9. Hasil matriks SWOT

EKSTERNAL / INTERNAL	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	1. Tersedia nya mobile printer 2. Setoran awal dan setoran selanjutnya lebih rendah 3. Bebas biaya admin 4. Persyaratan yang mudah 5. Sistem jemput bola	1. *Customer Service* dan *Teller* menjadi satu 2. Tidak ada Anjungan Tunai Mandiri (ATM) nya 3. Tempat yang kurang strategis 4. Pelayanan yang kurang maksimal
OPPORTUNIES(O) 1. Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan 2. Kecendrungan nasabah menabung di BMT dibandingkan menabung di bank 3. Mampu memasarakan produk ke desa terpencil karena bagian pemasaran memiliki akses yang banyak 4. Dibutuhkan di semua kalangan masyarakat 5. Investasi jangka panjang	**STRATEGI S-O** 1. Meningkatkan hubungan ikatan baik dengan anggota (S1, S2, S5, O5) 2. Memperthankan ciri khas produk tabungan umum syariah (S3, S4, O1, O2, O3, O4)	**STRATEGI W-O** 1. Membangun *brand image*di masyarakat (W3, W4, O1, O2, O3,) 2. Menambah SDM pemasaran (W1, W2, O4, O5)
THREATHS (T) 1. Banyaknya pesaing disekitar lokasi usaha 2. Masyarakat masih belum terlalu percaya terhadap BMT. 3. Sistem jemput bola tergantung cuaca.	**STRATEGI S-T** 1. Memperthankan sumber daya manusia yang potensial untuk dapat memberikan pelayanan yang baik agar dapat menghadapi persaingan (S1, S2, S4, T3) 2. Membangun kerjasama dengan bank atau dengan lembaga keuangan lain untuk mengembangkan penggunaan aplikasi mobile (S3, S5, T1, T2)	**STRATEGI W-T** 1. Meningkatkan promosi yang lebih gencar di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar (W1, W2, T1, T3) 2. Memperluas media pengaksesan aplikasi (W3, W4, T2)

5) Analisis QSPM (Tahap Keputusan)

Analisis SWOT yang telah dilakukan menghasilkan berbagai alternatif strategi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan. Alternatif strategi tersebut kemudian diberikan peringkat prioritas untuk diimplementasikan dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitive Strategic Planning Matrix*). QSPM ini dirancang dengan menerapkan daya tarik relatif dari alternatif strategi yang layak diimplementasikan. Analisis SWOT menghasilkan delapan strategi yang dapat diimplementasikan. Alternatif strategi tersebut adalah:

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

Kuisioner penentuan prioritas strategi berdasarkan matriks QSPM diberikan kepada responden yang sama yaitu Kepala Cabang BMT UGT Sidogiri. Prioritas strategi yang dimaksud adalah urutan pelaksanaan strategi yang dapat dilakukan BMT UGT Sidogiri dalam jangka waktu tertentu dengan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 10. **Prioritas Strategi pemasaran produk tabungan Umum Syariah pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarbaru**

Alternatif Strategi	Total TAS	Prioritas
Meningkatkan promosi yang lebih gencar di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar	6.82	I
Menambah SDM pemasaran	6.13	II
Membangun kerjasama dengan bank atau lembaga keuangan lain untuk mengembangkan penggunaan aplikasi mobile	5.48	III
Meningkatkan hubungan ikatan baik dengan anggota	4.64	IV
Membangun *brand image* dimasyarakat	4.62	V
Mempertahankan sumber daya manusia yang potensial untuk dapat memberikan pelayanan yang baik agar dapat menghadapi persaingan	4.45	VI
Memperluas media pengaksesan aplikasi	3.81	VII

Berdasarkan tabel 10 terlihat terlihat bahwa strategi yang memiliki prioritas pertama adalah meningkatkan promosi yang lebih gencar di semua media untuk meningatkan pangsa pasar, strategi ini merupakan strategi utama yang harus dilakukan untuk menambah pangsa pasar yang lebih luas. Prioritas kedua

menambah SDM pemasaran. Prioritas ketiga Membangun kerjasama dengan bank atau lembaga keuangan lain untuk mengembangkan penggunaan aplikasi mobile. Prioritas keempat Meningkatkan hubungan ikatan baik dengan anggota.Prioritas kelima Membangun *brand image* dimasyarakat. Prioritas keenam Mempertahankan sumber daya manusia yang potensial untuk dapat memberikan pelayanan yang baik agar dapat menghadapi persaingan.Prioritas terakhir adalah Memperluas media pengaksesan aplikasi.