

**ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK TABUNGAN BAROKAH
DALAM PENGEMBANGAN BISNIS PT. BPRS MAGETAN**

SKRIPSI



**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2023**

ABSTRAK

Rahmawati, Puri. Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ajeng Wahyuni, M.Pd.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor pendukung yang mempengaruhi perkembangan produk Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan; perspektif *strengths*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats* terhadap Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan; dan strategi bisnis yang sesuai berdasarkan analisis SWOT terhadap Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis.

Penelitian ini dilakukan di PT. BPRS Magetan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan jenis penelitian lapangan. Penelitian dilaksanakan dengan melakukan wawancara. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan metode triangulasi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendukung yang mempengaruhi perkembangan produk Tabungan Barokah meliputi tersedianya fasilitas dalam penggunaan teknologi (*smartphone*) untuk karyawan Tabungan Barokah namun belum tersedia untuk nasabah maka perkembangan teknologi belum efektif dan efisien, pelaksanaan sosialisasi untuk menambah pengetahuan masyarakat, persaingan terjadi dalam internal produk *funding*, Tabungan Barokah berada pada tahap penurunan yang artinya perlu adanya inovasi untuk membantu peningkatan margin. Kekuatan Tabungan Barokah sebagai dana murah dan menjadi modal besar dalam penyaluran dana, setoran ringan, adanya nisbah bagi hasil, serta bebas biaya administrasi. Kelemahannya terletak pada produk belum banyak dikenal, belum menggunakan teknologi dengan baik, dan belum ada ATM. Peluangnya yakni target Tabungan Barokah yang ditujukan untuk semua kalangan dan banyaknya minat masyarakat dalam menabung. Dan untuk ancamannya terletak pada strategi bisnis mudah ditiru, munculnya teknologi canggih, persaingan produk internal semakin ketat. Strategi bisnis yang sesuai berdasarkan analisis SWOT Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis dengan menggunakan strategi ST (*strengths-threats*) dalam kuadran II.

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya, Pintu, Jenangan Ponorogo 63492 Telp. (0352) 3576565, Faks. (0352) 461893
Website: www.iainponorogo.ac.id, email: febi@iainponorogo.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Puri Rahmawati	402190256	Perbankan Syariah	Analisis SWOT Terhadap Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

Telah selesai melaksanakan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 03 Mei 2023

Mengetahui,
Kajur/Kaprodi

Menyetujui,
Pembimbing



Muhtadin Amri, M.S.Ak
NIP. 198907102018011001

Ajeng Wahyuni, M.Pd
NIP. 199307072019032030

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Barokah dalam
Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan
Nama : Puri Rahmawati
NIM : 402190256
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I
NIP. 197801122006041002

Penguji I :
Yunaita Rahmawati, M.Si., Ak.
NIP. 198406042019032012

Penguji II :
Ajeng Wahyuni, M.Pd.
NIP. 199307072019032030

()
()
()

Ponorogo, 17 Mei 2023

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puri Rahmawati
NIM : 402190256
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Barokah Dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 24 Mei 2023

Penulis



Puri Rahmawati

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puri Rahmawati

NIM : 402190256

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK TABUNGAN BAROKAH DALAM
PENGEMBANGAN BISNIS PT. BPRS MAGETAN

Secara keseluruhan adalah hasil/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang
dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 27 April 2023



Puri Rahmawati

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Studi Penelitian Terdahulu	10
F. Metode Penelitian	21
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	21
2. Kehadiran Peneliti	23
3. Lokasi Penelitian	23
4. Data dan Sumber Data	24
5. Teknik Pengumpulan Data	24
6. Teknik Pengolahan Data.....	25
7. Teknik Analisis Data	28
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	29
G. Sistematika Pembahasan.....	33

BAB II TABUNGAN BAROKAH DALAM PENGEMBANGAN BISNIS	
PT. BPRS MAGETAN	36
A. Pengembangan Bisnis.....	36
B. Tabungan Mudharabah.....	40
C. Strategi Bisnis.....	46
D. Analisis SWOT.....	48
BAB III TABUNGAN BAROKAH DALAM PENGEMBANGAN BISNIS	
PT. BPRS MAGETAN	55
A. Profil PT. BPRS Magetan.....	55
1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Magetan.....	55
2. Visi dan Misi PT. BPRS Magetan	58
3. Lokasi PT. BPRS Magetan	58
4. Struktur Organisasi	59
5. Produk-Produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS Magetan ..	60
B. Data.....	65
1. Data Faktor Pendukung yang Mempengaruhi Perkembangan Produk Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan	65
2. Data Perspektif <i>Strenghts, Weakness, Opportunities</i> , dan <i>Threats</i> Terhadap Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan	76
3. Data Strategi Bisnis yang Sesuai Berdasarkan Analisis SWOT terhadap Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan	85
BAB IV ANALISIS SWOT TERHADAP TABUNGAN BAROKAH DALAM PENGEMBANGAN BISNIS PT. BPRS MAGETAN	
A. Analisis Faktor Pendukung yang Mempengaruhi Perkembangan Produk Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan	88

B. Analisis Perspektif <i>Strenghts</i> , <i>Weakness</i> , <i>Opportunities</i> , dan <i>Threats</i> Terhadap Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan.....	99
C. Analisis Strategi Bisnis yang Sesuai Berdasarkan Analisis SWOT terhadap Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan.....	114
BAB V PENUTUP.....	116
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119



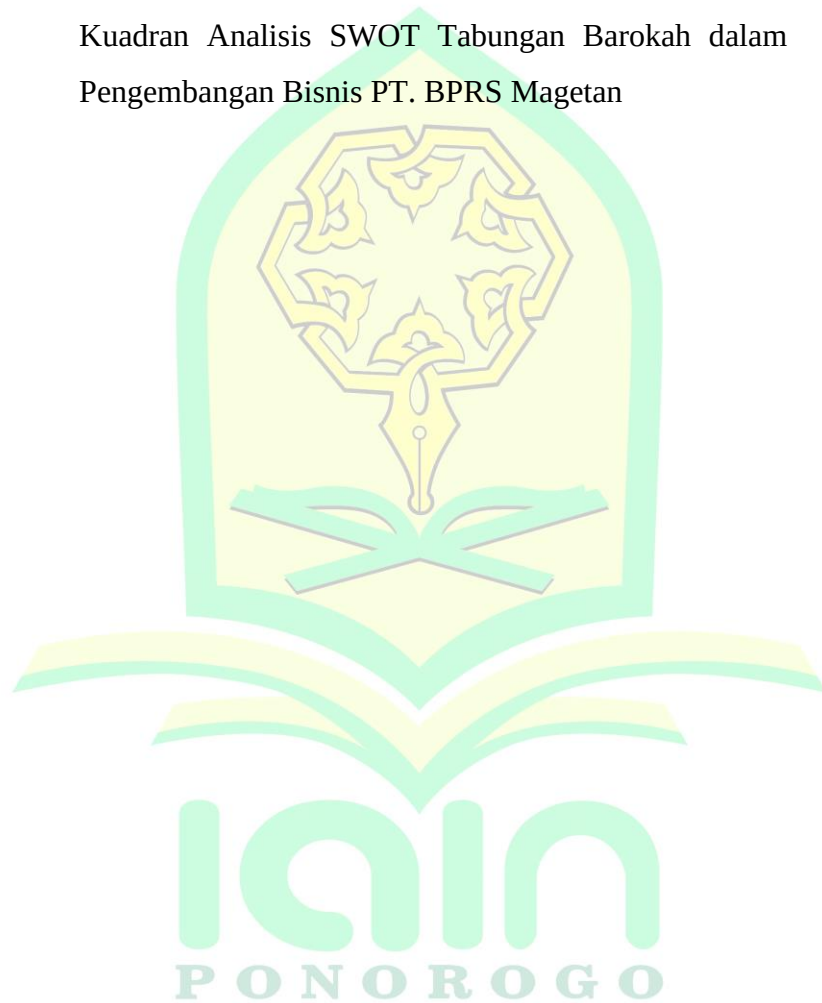
DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Laporan Publikasi Tabungan Mudharabah	4
1.2	Laporan Publikasi Tabungan Wadiah	4
2.1	Matrik SWOT	52
4.1	IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan	106
4.2	EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>) Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan	107
4.3	Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan	108
4.4	Menganalisis dan Menentukan Keputusan Strategis dengan Pendekatan Matrik SWOT	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Penentuan Strategi Matrik SWOT	53
3.1	Struktur Organisasi PT. BPRS Magetan	59
4.1	Kuadran Analisis SWOT Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan	109



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Analisis SWOT merupakan suatu strategi untuk mengambil keputusan dan melakukan analisis terhadap gambaran bank atau perusahaan, yang dilihat dari segi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Melalui analisis SWOT maka berperan penting dalam pengambilan keputusan oleh pihak bank dan perusahaan. Analisis SWOT ini digunakan untuk melihat kekuatan yang dimiliki dan juga pada kelemahan, agar kelemahan tersebut dapat ditutupi dengan adanya kekuatan tersebut. Selain itu, ini menjadi hal penting dalam melihat peluang yang ada agar dapat dimanfaatkan dalam setiap keputusan untuk mengembangkan suatu perusahaan dan dapat mengantisipasi ancaman yang akan datang. Dengan demikian, tujuan dari suatu perusahaan dapat tercapai dengan baik.

Dalam sebuah perusahaan tentunya memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Dengan menggunakan analisis SWOT maka mampu menjadi bahan untuk membuat perencanaan dan guna mencapai pada tujuan perusahaan yang lebih sistematis. Analisis SWOT merupakan sebuah penilaian secara menyeluruh terhadap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threath*) didalam suatu perusahaan.¹ Dengan demikian, perencanaan secara

¹ Muslim Marpaung, Isnaini Harahap, dan Usnandar Afriansyah, “Analisis SWOT Pada Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(02), 2152–2158 (2022): 3.

strategis harus dapat menganalisa faktor-faktor dari strategi yang digunakan perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).² Dengan meningkatnya persaingan global maka banyak terjadi persaingan didalam dunia bisnis suatu perusahaan, yang pada hakikatnya perusahaan tersebut dituntut untuk selalu memperhatikan keadaan pasar dan bersaing secara kompetitif untuk menentukan strategi guna pengembangan bisnis bank.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Syauqi Jazuli dalam skripsinya memperoleh hasil bahwasannya dengan menggunakan metode Analisis SWOT dari faktor internal dan eksternal menunjukkan jika BMT-BMT masuk pada kuadran I (positif, positif). Dengan menggunakan analisis SWOT maka dapat dirumuskan mengenai faktor kunci sukses yang mungkin dimiliki oleh perusahaan di Indonesia. Faktor kunci sukses penting adanya karena dapat memberikan informasi bagaimana sebenarnya profil keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perbankan syariah. Analisis SWOT menjadi identifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam merumuskan strategi suatu perusahaan. Analisis dilakukan atas dasar pada logika yang dapat memaksimalkan *Strenghts* (kekuatan), *Opportunities* (peluang), dan dapat meminimalkan *Weakness* (kelemahan), serta *Threats* (ancaman).

Analisis SWOT dilakukan untuk melaksanakan diagnose produk sehingga dapat dilakukan prognosa yang tepat dan sesuai dengan produk yang dimiliki oleh perusahaan. Melalui faktor internal maka mampu

² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis: reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21*, Cet. ke-3 (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006).

menggambarkan bagaimana kondisi riil di PT. BPRS Magetan dalam melakukan pengembangan bisnis. Pada dasarnya peran analisis SWOT dalam pengembangan bisnis di perbankan syariah merupakan satu hal penting yang diterapkan perusahaan dalam menganalisa dan membentuk sebuah rancangan baru untuk pemaksimalan transaksi dari setiap produk milik bank. Sehingga mampu membantu pihak bank dalam melakukan prediksi mengenai dana yang dihimpun bank dari nasabah ataupun penyaluran dana kembali kepada masyarakat.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia kini telah membawa peradaban menjadi lebih baik dan tentu dengan peningkatannya juga. Dalam hal ini dapat dilihat melalui asset yang telah diperoleh dalam perbankan syariah, angka yang selalu menunjukkan peningkatan. Selain hal itu, persebaran kantor bank syariah yang semakin meluas dengan diiringi adanya kesadaran masyarakat akan penggunaan produk-produk dari banksyariah itu sendiri. Bank syariah merupakan lembaga yang menjalankan kegiatan usahanya berdasar pada prinsip syariah, sedangkan untuk jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.³

Berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) selain atas dasar oleh tuntutan untuk bermuamalah secara Islam yang merupakan sebuah keinginan terkuat di Indonesia dari sebagian umat Islam dan yang

³ Marpaung, Harahap, dan Afriansyah, "Analisis SWOT Pada Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia," 1.

juga didasari oleh perekonomian yang secara tidak langsung dituangkan dalam berbagai kebijaksanaan keuangan. Dimana secara khusus yakni untuk mengisi adanya peluang terhadap kebijaksanaan yang membebaskan bank dari penetapan tingkat suku bunga (*Rate Interest*), sehingga mampu dikenal dengan sebutan pembiayaan tanpa riba atau bank tanpa bunga.

Tabel 1. 1
Laporan Publikasi Tabungan Mudharabah⁴

BULAN	2020	2021	2022
Maret	-	681.410.000	1.074.766.000
Juni	-	821.402.000	945.235.000
September	-	1.578.616.000	818.282.000
Desember	1.036.083.000	1.106.766.000	-

Tabel 1. 2
Laporan Publikasi Tabungan Wadiah

BULAN	2020	2021	2022
Maret	-	11.209.552.000	12.819.178.000
Juni	-	9.907.242.000	11.632.045.000
September	-	10.809.894.000	13.745.360.000
Desember	8.913.576.000	11.090.818.000	-

PT. BPRS Magetan merupakan salah satu lembaga keuangan yang mampu menawarkan berbagai produk pembiayaan berlandaskan syariah. PT. BPRS Magetan memiliki berbagai produk dan layanan dengan menerapkan prinsip syariah yang meliputi produk tabungan, produk

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, "Laporan Publikasi," <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/laporan-keuangan-perbankan/Default.aspx>, (diakses pada tanggal 03 Desember 2022).

deposito, dan produk pembiayaan. Banyak produk tabungan yang ditawarkan oleh PT. BPRS Magetan salah satunya yakni produk Tabungan Barokah dengan *akad mudharabah*. Produk Tabungan Barokah menjadi salah satu produk milik PT. BPRS Magetan dalam melakukan penghimpunan dana. Dari berbagai produk tabungan yang tersedia di PT. BPRS Magetan merupakan produk unggulan milik bank syariah. Akan tetapi dari data pra riset yang peneliti peroleh selama menjalani proses magang di PT. BPRS Magetan untuk prosentase dana pihak ketiga khususnya pada produk Tabungan Barokah masih relatif rendah. Hal ini dapat dilihat dari penghimpunan dana yang diperoleh Tabungan Wadiah ditahun 2021 sebesar 43.017.506.000 sedangkan Tabungan Mudharabah hanya sekitar 4.188.194.000.

Pada hakikatnya penduduk di Kabupaten Magetan tahun 2021 berjumlah 670.812 jiwa, yang diantaranya penduduk tersebut beragama Islam dan seharusnya dengan adanya produk Tabungan Barokah mampu menjadi produk penghimpunan dana yang banyak diminati oleh masyarakat. Akan tetapi, prosentase produk Tabungan Barokah dengan akad mudharabah sebagai dana pihak ketiga (DPK) di PT. BPRS Magetan masih menyentuh pada level yang rendah dibandingkan dengan produk dalam penghimpunan dana lainnya.

Menurut Ibu Christina selaku Kepala Bagian Operasional menuturkan bahwasannya dalam penerapannya produk Tabungan Barokah belum berpengaruh pada pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan, karena

dalam pelaksanaannya perolehan dana dari produk tabungan tersebut menunjukkan hasil yang fluktuatif.⁵ Hal ini menjadi suatu hal menarik yang dapat dibahas dan dilakukan analisa lebih mendalam tentang mengapa produk Tabungan Barokah masih menjadi penyumbang yang rendah pada dana pihak ketiga dibandingkan dengan produk lainnya. Dalam penerapan produk Tabungan Barokah ini terdapat keunggulan pada sistem bagi hasil secara jelas dan kompetitif disetiap bulannya. Seharusnya dengan adanya keunggulan berupa kejelasan dan kompetitif dalam sistem bagi hasil pada produk Tabungan Barokah mampu mengikat nasabah untuk menggunakan produk tabungan.

Pada Tabel 1.1 dalam Laporan Publikasi Tabungan *Mudharabah* menunjukkan bahwa telah tercatat jika perolehan penghimpunan dana melalui Tabungan Barokah masih sangat minim dan terus menunjukkan angka yang menurun dalam memperoleh penghimpunan dana. Sehingga pihak bank harus menerapkan strategi yang tepat agar persaingan ataupun pengembangan bisnis dapat tersusun dan terlaksana dengan baik. Minat nasabah dengan penawaran bagi hasil dari hasil menghimpun dana melalui Tabungan Barokah belum secara optimal dapat mempengaruhi pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan. Penerapan menggunakan analisis SWOT dilakukan secara internal yang berfungsi untuk memperoleh data berupa kekuatan dan kelemahan, sedangkan analisis eksternal untuk memperoleh data peluang dan ancaman dari produk tabungan yang dialami

⁵ Christina Widiastuti, Wawancara, 1 September 2022.

PT. BPRS Magetan. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana penerapan analisis SWOT pada produk Tabungan Barokah dengan akad *mudharabah* terhadap pengembangan bisnis agar mampu mengait para nasabah untuk melakukan penghimpunan dana.

Penghimpunan dana melalui produk Tabungan Barokah di PT.BPRS Magetan ini dalam pelaksanaannya cukup mudah dicapai oleh masyarakat. Tahap awal yang dilakukan untuk memperoleh Tabungan Barokah ini dengan menggunakan identitas diri berupa KTP sebagai syarat utamanya. Dengan penawaran identitas diri sebagai syarat dalam membuka rekening Tabungan Barokah menurut peneliti itu hal yang cukup mudah dicapai masyarakat dan dari hasil transaksi pihak bank juga menawarkan bagi hasil untuk kedua belah pihak. Dari hasil wawancara bersama Mbak Zhella selaku Administrasi Pembiayaan, bahwa syarat pembukaan rekening Tabungan Barokah cukup menggunakan KTP dan tanpa adanya biaya admin untuk setiap bulannya.⁶

Disini peneliti akan melakukan penelitian untuk mengulas terkait analisis SWOT yang dikembangkan PT. BPRS Magetan sehingga mampu menciptakan transaksi melalui produk Tabungan Barokah dengan akad *mudharabah* untuk menunjang terjadinya pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan. Dengan demikian mampu diketahui bahwasannya produk Tabungan Barokah berpengaruh terhadap pengembangan bisnis PT. BPRS

⁶ Zhella Rachma, Wawancara, 9 Januari 2023.

Magetan. Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : “Analisis SWOT terhadap Produk Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dalam rangka memfokuskan pembahasan, peneliti merumuskan dalam beberapa hal masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, diantaranya yakni :

1. Apa saja faktor pendukung yang mempengaruhi perkembangan produk Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan ?
2. Bagaimana perspektif *Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* Terhadap Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan ?
3. Bagaimana strategi bisnis yang sesuai berdasarkan analisis SWOT terhadap Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian mengenai perumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor pendukung yang mempengaruhi perkembangan produk Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis perspektif *Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis

di PT. BPRS Magetan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bisnis yang sesuai berdasarkan pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan setelah dilakukan analisis SWOT pada Tabungan Barokah.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian mengenai tujuan penelitian, maka yang menjadi manfaat penelitian ini diantaranya :

1. Manfaat secara Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan mengenai pengembangan ilmu perbankan syariah, khususnya dalam hal analisis SWOT terhadap produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis bank syariah.

2. Manfaat secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai bahan masukan dalam kajian memperluas wawasan ilmu pengetahuan peneliti, khususnya yang berkaitan dengan analisis SWOT terhadap produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan, mampu menumbuhkan sikap *profesionalisme* kerja melalui pola berfikir, meningkatkan daya penalaran dalam melakukan penelitian, dan sebagai salah satu persyaratan yang digunakan untuk menyelesaikan studi sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

b. Bagi Pihak Bank

Diharapkan dari penelitian ini akan menghasilkan suatu masukan pemikiran dan input yang bermanfaat sehingga dapat menerapkan analisis SWOT terhadap produk Tabungan Barokah untuk menunjang pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi maupun tambahan informasi bagi civitas akademik IAIN Ponorogo, khususnya bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi pembaca sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi baru.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan atau bahan ajar dalam penyusunan penelitian baru. Untuk menambah wawasan dan menggali informasi serta menjadi salah satu bahan acuan dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan pembelajaran terhadap penelitian terdahulu yang sejenis, berupa skripsi dan jurnal antara lain :

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Fauziah Febriani pada tahun 2018 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Analisis SWOT terhadap Produk Tabungan di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banyumas Ajibarang (Studi Kasus pada Produk Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan *iB* BRI

Syariah)”. Laporan Tugas Akhir: Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari hasil analisis SWOT, strategi yang cocok digunakan oleh BRISyariah KCP Banyumas Ajibarang adalah strategi SO (*Strengths Opportunities*) yaitu menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti terkait Analisis SWOT dalam produk tabungan guna pengembangan bank syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu pada tempat penelitian yang digunakan oleh peneliti.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Risda Pratiwi pada tahun 2018 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)”. Skripsi: Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi dalam pengembangan berdasarkan analisis SWOT yakni faktor internal yang mempengaruhi berupa kekuatan (harga murah, bahan baku berkualitas, sarana dan prasarana memadai) dan kelemahan (strategi promosi sederhana, tidak pernah mengikuti pameran, dan strategi pemasaran yang tidak jelas). Faktor eksternal yang mempengaruhi adalah peluang (meningkatkan ekonomi keluarga, permintaan pasar dan meningkatnya jumlah pemborong) dan ancaman (menurunnya daya beli masyarakat, faktor cuaca dan mahal nya

harga bahan baku). Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti strategi pengembangan melalui analisis SWOT. Perbedaannya yakni pada penelitian terdahulu terdapat pada pengembangan usaha milik UMKM sedangkan penelitian ini pengembangan bisnis pada lembaga keuangan syariah.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Kasmanto Miharja pada tahun 2018 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk”. Jurnal Ecodemica, Vol. 2 No. 1 April. Dari penelitian terdahulu tersebut disimpulkan bahwa letak Q-Milk berada dikuadran II, yang artinya perusahaan tersebut dalam menghadapi ancaman menggunakan kekuatan yang dimiliki. Melalui analisis SWOT perusahaan dituntut untuk menggunakan strategi diversifikasi, yang mana perusahaan harus melakukan perubahan untuk mengejar peluang dan menutup semua kelemahan. Dengan melakukan beberapa hal meliputi: mempertahankan harga jual, melakukan inovasi, mempertahankan kemasan produk, meningkatkan kualitas dan kegiatan promosi, serta memperluas wilayah distribusi. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti mengenai Analisis SWOT dalam menggunakan strategi bisnis untuk pengembangan bisnis perusahaan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni pada Analisis SWOT mengarah pada strategi bisnis pengembangan UMKM dan tidak dalam produk tabungan mudharabah dalam lembaga keuangan.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Desi Ratnasari pada tahun 2019 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Analisis SWOT pada Produk Tabungan BTN Prima dan Tabungan BTN Batara di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Parepare (Studi Pengembangan Produk di BTN Syariah KCP Parepare)”. Skripsi: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari hasil matrik SWOT, strategi pengembangan produk yang digunakan oleh bank BTN Syariah KCP Parepare untuk tabungan BTN Prima dan BTN Batara adalah strategi SO, yakni dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang sebesar-besarnya dengan cara mempertahankan kualitas produk dan melakukan pengembangan secara efektif dan efisien, serta meningkatkan kualitas pelayanan prima. Persamaannya yakni sama-sama meneliti menggunakan analisis SWOT pada produk tabungan dalam pengembangan bank syariah. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni terhadap penggunaan tempat penelitian yang digunakan oleh peneliti.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Danu Kusbandono pada tahun 2019 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Analisis SWOT sebagai Upaya Pengembangan dan Penguatan Strategi Bisnis (Studi Kasus pada UD. Gudang Budi, Kec. Lamongan)”. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan, Volume 4 No. 2 Juni, p-ISSN: 2502-3780, e-ISSN: 2621-881X. dari penelitian terdahulu disimpulkan bahwa strategi yang dapat digunakan oleh UD. Gudang Budi

yakni strategi agresif dengan menambah unit berupa alat cetak. Dengan demikian berpengaruh dalam menurunkan antrian permintaan desain grafis dari konsumen. Selain itu dengan menambah mesin pending ruangan dan mendirikan cabang baru di area yang tinggi akan populasi. Persamaannya yakni sama-sama meneliti analisis SWOT dalam pengembangan bisnis. Perbedaan dengan peneliti terdahulu adalah tempat penelitian yang digunakan oleh peneliti.

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Nina Julyani pada tahun 2020 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Pelajar BPRS Adam Bengkulu dalam Meningkatkan Nasabah dengan Analisis SWOT (Studi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Kota Bengkulu)” Skripsi: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan BPRS Adam Bengkulu untuk memasarkan produk Tabungan Wadiah Pelajar dengan menerapkan strategi jemput bola dan pemasaran. Dengan strategi pemasaran tersebut menunjukkan jika adanya peningkatan namun ketika terjadi pandemi Covid-19 BPRS Adam Bengkulu mengalami penurunan. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti mengenai Analisis SWOT pada produk tabungan milik bank syariah. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni peneliti tidak meneliti pada Analisis SWOT dalam produk tabungan *mudharabah* untuk pengembangan bisnis.

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh Rendi Setiawan pada tahun 2020 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Analisis SWOT pada Strategi Pengembangan Produk Tabungan Dana Pendidikan (TADAPEN) di PT. BPR Samawa Kencana KCP Mataram”. Skripsi: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwasannya faktor kekuatan dari produk TADAPEN yaitu memberikan pelayanan cepat tanggap kepada nasabah, memberikan bonus sesuai dengan ketentuan pihak perusahaan, memberikan asuransi dan setoran ringan yang diberikan kepada nasabah yang menggunakan produk TADAPEN. Sedangkan untuk faktor kelemahannya yaitu kurangnya sumber daya manusia untuk memasarkan produk dan tidak adanya fasilitas ATM. Adapun faktor peluangnya yaitu lokasi yang strategis dan meningkatnya dunia pendidikan untuk memasarkan ke lembaga sekolah dan lainnya. sedangkan untuk ancaman yaitu banyaknya produk yang sejenis dan strategi bisnis yang mudah ditiru dan kurangnya antusias masyarakat untuk menabung dengan menggunakan jasa perbankan. Persamaan dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama meneliti terkait Analisis SWOT produk tabungan dalam pengembangan bank syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu pada tempat penelitian yang digunakan oleh peneliti.

Penelitian kedelapan yang dilakukan oleh Maskur Arif, Sabri, Patria Nagari, & Nasfi pada tahun 2020 dengan judul “SWOT Analisis dan Matrik SWOT Analisis dalam Rangka Pemasaran Produk Pendanaan Bank (Studi

PT. BPR Rangkiang AUR)”. Jurnal Point Equilibrium Manajemen & Akuntansi Vol. 2 No. 1. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran dalam upaya peningkatan tabungan dan deposito pada PT. BPR Rangkiang Aur, serta berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat dilakukan oleh PT. BPR Rangkiang Aur adalah strategi S-O yaitu strategi yang dilakukan dengan cara menggunakan kekuatan yang dimiliki dengan memanfaatkan berbagai peluang yang ada. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti mengenai Analisis SWOT pada produk milik bank syariah salah satunya yakni pada produk tabungan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni pada Analisis SWOT mengarah pada strategi pemasaran juga meneliti pada produk deposito dan tidak dalam produk tabungan untuk pengembangan bisnis.

Penelitian kesembilan yang dilakukan oleh Maskarto Lucky Nara Rosmadi pada tahun 2021 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19”. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol. 4 No. 1, Maret. Dari penelitian terdahulu tersebut disimpulkan bahwa dengan memanfaatkan media sosial maka dana yang diperlukan pelaku usaha kecil dapat berdampak pada berkurangnya modal usaha. Dalam penentuan strategi dapat dilakukan dengan memperhatikan daya beli dari konsumen saat pandemi Covid-19. Pemerintah dan pihak perbankan sangat berperan penting dalam pelatihan penggunaan teknologi informasi untuk pengusaha agar produknya dapat

bertahan ditengah pandemi. Persamaan dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama menggunakan strategi bisnis dalam pengembangan bisnis. Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah pada tempat yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu pada UMKM sedangkan peneliti dalam lembaga keuangan.

Penelitian kesepuluh yang dilakukan oleh Muhammad Syaiful Imam Baidowi & Said Abadi pada tahun 2021 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Analisis SWOT Manajemen Zakat pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kabupaten Magetan”. Jurnal : Journal of Economics and Business Research, Vol. 1 No. 2, Juli-Desember 2021: 247-267. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa LAZISNU telah melaksanakan beberapa kegiatan manajemen zakat meliputi perencanaan, pengorganisasian, strategi pelaksanaan dan pengawasan. Dari hasil penelitian analisis SWOT dengan menggunakan matrik dan diagram menunjukkan bahwa manajemen zakat LAZISNU berada pada kuadran pertama. Di mana posisi diagram pada kuadran pertama berada antara kekuatan dan peluang. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti terkait analisis SWOT. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni analisis SWOT terfokus pada manajemen zakat LAZISNU sedangkan peneliti terfokus pada produk tabungan mudharabah dalam pengembangan bisnis bank syariah.

Penelitian kesebelas yang dilakukan oleh Melfa Yola & Nanda Hardiyanti pada tahun 2022 menggunakan metode penelitian kualitatif

dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah di Indonesia”. *Conference on Industrial Engineering and Halal Industries* (CIEHIS) Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Analisa SWOT menunjukkan bahwa Toko Roti X memiliki ancaman dari pesaing dengan produk yang sejenis, tetapi memiliki kekuatan lokasi perusahaan yang strategis dan melakukan kerja sama dan menerapkan sistem bagi hasil dengan investor sehingga dapat menyusun strategi agar mampu bersaing dan berkembang. Persamaan dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama meneliti terkait analisis SWOT dalam pengembangan bisnis. Perbedaan yakni pada penelitian terdahulu terfokus pada pengembangan bisnis UMKM sedangkan dalam penelitian ini terfokus pada pengembangan bisnis lembaga keuangan syariah pada produk tabungan *mudharabah*.

Penelitian kedua belas yang dilakukan oleh Nurul Azizah & Ridho Rokamah pada tahun 2022 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “*Palm Sugar Business Development in Temon Village, Arrjosari District, Pacitan Regency*”. Jurnal: *Proceeding of Annual International Conference on Islamic Economics (AICIE)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Ponorogo, Volume 1 (2022): pp 10-16. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1) Pengembangan usaha gula aren di desa Temon yakni dengan mengembangkan pasar untuk produk, sistem penjualan, dan mengembangkan pasar dengan sinergi. Dalam hal ini juga menerapkan pengembangan bisnis dalam Ismal yang

meliputi kejujuran, keikhlasan, professional, niat dan ibadah, membayar zakat, infaq, serta shodaqoh. 2) Faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha gula aren antara lain yakni faktor peluang, perencanaan, manajemen, dan pemasaran serta penjualan. 3) Adanya pengembangan bisnis di desa Temon dapat meningkatkan produksi gula aren dan kontribusi menjadi lebih baik dengan pihak yang memproduksi. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti pada menganalisis pengembangan bisnis. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini yaitu peneliti menganalisis usaha gula aren dan tidak menganalisis pada produk tabungan bank syariah.

Penelitian ketigabelas yang dilakukan oleh Muslim Marpaung, Isnani Harahap, & Usnandar Afriansyah pada tahun 2022 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Analisis SWOT pada Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia”. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(02), 2152-2158 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatra Utara. Dari penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwasannya strategi alternatif pada pengembangan perbankan syariah di Indonesia adalah strategi menjaga dan mempertahankan (*difensif*); Keadaan lingkungan internal dan eksternal perbankan syariah di Indonesia; Urgensi penanganan yang sangat penting dari segi internal dan eksternal kedepannya menurut perspektif responden. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti terkait analisis SWOT dalam pengembangan di bank syariah. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni analisis SWOT terfokus pada pengembangan bank syariah sedangkan

peneliti pada produk tabungan mudharabah dalam pengembangan bisnis bank syariah.

Penelitian keempatbelas yang dilakukan oleh Sugianto, Muhammad Arif, & Muhammad Irfan pada tahun 2022 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul “Strategi Pengembangan Bank Syariah dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus di Kabupaten Toba)”. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(02), 2093-2103 Program Pascasarjana Ekonomi Syariah, UIN Sumatera Utara. Dari penelitian terdahulu tersebut disimpulkan bahwa a) peningkatan promosi dan sosialisasi merupakan kekuatan besar yang dimiliki dalam pengembangan Bank Syariah b) Memiliki peluang yang cukup besar dapat dibuktikan dengan adanya Undang-Undang Perbankan & Fatwa MUI, adanya fatwa MUI tentang riba c) Sistem konvensional dan lembaga keuangan lainnya yang lebih berkembang menjadikan suatu tantangan bagi pengembangan bank syariah di Kabupaten Toba d) Kurangnya promosi atau mensosialisasikan lembaga keuangan syariah di Kabupaten Toba. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti terkait analisis SWOT dalam pengembangan di bank syariah. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni analisis SWOT terfokus pada pengembangan bank syariah sedangkan peneliti pada produk tabungan mudharabah dalam pengembangan bisnis bank syariah.

Penelitian kelimabelas yang dilakukan oleh Ricki Febriansyah, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto pada tahun 2022 menggunakan metode

penelitian kualitatif dengan judul “Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia”. Jurnal Ekonomi Keuangan & Bisnis Syariah Vol. 4 No. 1. Hasil analisis SWOT menunjukkan bank syariah sudah bisa berani bersaing di pasar persaingan yang kompetitif. Berdasarkan penelitian terdahulu ini dalam interpretasi analisis SWOT, pengembangan strategi pemasaran produk tabungan yang bisa dilakukan oleh Bank Syariah adalah dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti terkait analisis SWOT pada produk tabungan. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni analisis SWOT terfokus pada strategi pemasaran produk tabungan sedangkan peneliti pada penggunaan produk tabungan dalam pengembangan bisnis bank syariah.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam menyusun skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yakni penelitian yang secara langsung dilaksanakan di lapangan atau di tempat yang menjadi bagian dari penelitian (PT. BPRS Magetan) sehingga penelitian ini terfokuskan untuk menelusuri dan mengkaji bahan-bahan yang ada di lapangan serta relevan dengan permasalahan yang diangkat.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif atau pendekatan yang lebih bersifat kualitatif deskriptif.

Dimana data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Hasil dari data yang terkumpul maka akan dianalisis atau dideskripsikan sehingga mudah dipahami oleh orang lain. Deskriptif merupakan sebuah prosedur dalam pemecahan masalah yang bersifat menggambarkan atau melukiskan suatu keadaan objek atau subjek penelitian yang didapatkan yakni berupa kata dan angka dari hasil wawancara ataupun data lapangan, dimana yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan dengan perilaku secara nyata.⁷ Peneliti melibatkan diri secara partisipatoris dengan cara menjadi bagian dalam lingkungan sosial yang tengah diamati, dengan tujuan untuk memperoleh data yang lebih banyak dan akurat. Hal ini dikarenakan secara langsung peneliti dalam melaksanakan penelitiannya secara langsung mengamati dan mencatat segala peristiwa yang terjadi di lapangan.

Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek dengan kondisi yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilaksanakan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil dari penelitian kualitatif penekanan lebih kepada makna dari generalisasi.⁸

⁷ Lexy J Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet. X (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), 06.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi* (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena dimaksudkan untuk memaparkan hasil penelitian dalam bentuk kata-kata atau kalimat yang jelas dan sesuai dengan kondisi atau fakta. Penelitian kualitatif ini bersifat eksploritas, dimana peneliti menggali tentang analisis SWOT terhadap produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis dengan cara melihat realita yang sudah dijalankan di lapangan.

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti di lapangan sangat diperlukan, karena hanya manusia sebagai alat yang dapat berhubungan dengan responden atau obyek lainnya dan hanya manusia yang mampu memahami kaitan kenyataan-kenyataan saat di lapangan. Dalam kegiatan pengumpulan data, peneliti berperan langsung untuk mengamati obyek penelitian secara aktif di lapangan. Kehadiran peneliti secara eksplisit dalam laporan penelitian berperan sebagai partisipan penuh atau pengamat penuh, artinya peneliti hanya melakukan pengamatan saja tanpa terlibat lebih dalam obyek yang diteliti. Selain itu harus jelas statusnya sebagai peneliti atau subyek.⁹ Peneliti juga dapat berfungsi sebagai obsever, artinya peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan atau tempat dilaksanakannya penelitian.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu objek penelitian, dimana dalam

⁹ Amirullah, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (Malang: Media Nusa Creative, 2015), 78.

hal ini peneliti melakukan pengamatan dan partisipasi secara langsung sesuai dengan apa yang diteliti. Lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni PT. BPRS Magetan yang beralamatkan di Jalan Yos Sudarso No. 52 Kelurahan Sukowinangun, Kecamatan Magetan, Kabupaten Magetan, Provinsi Jawa Timur, 63319.

4. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif, yakni data yang tidak diperoleh peneliti melalui prosedur statistik atau melalui bentuk hitung lainnya. Namun data yang diperoleh peneliti yakni dengan melalui pengamatan dan partisipasi secara langsung sesuai apa yang akan dikaji.

Dalam hal ini peneliti berupaya menggali sumber data melalui data primer. Sumber data primer merupakan sumber data yang didapatkan peneliti secara langsung dari tangan pertama. Data dapat diperoleh dari objek penelitian, baik secara perorangan, kelompok, ataupun suatu organisasi. Adanya pengumpulan data primer ini digunakan untuk penyempurnaan data yang peneliti peroleh dari sumber utama yakni Pimpinan PT. BPRS Magetan dan karyawan terkait. Dengan demikian, dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah Kepala Bagian Operasional, bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko, *Customer Service*, bagian Kasie ASN & *Funding*, dan *Marketing Funding*.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam

mengumpulkan data yang relevan sesuai dengan masalah yang diteliti. Peneliti akan menggunakan metode wawancara dalam pengumpulan data.

a. Wawancara

Wawancara (*interview*) merupakan salah satu cara pengambilan data atau informasi oleh peneliti yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi secara lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, ataupun tak terstruktur.¹² Dalam pelaksanaan wawancara peneliti sebagai *interviewer* yang dapat melakukan wawancara secara *directive*. Dimana peneliti selalu berusaha untuk mengarahkan akan tetapi topik pembicaraan tetap sesuai dengan fokus permasalahan yang ingin dipecahkan oleh peneliti. Selain secara *directive* peneliti juga dapat melakukan wawancara secara *nondirective*, hal ini dilakukan ketika peneliti tidak terfokus pada pembicaraan suatu masalah yang akan dipecahkan tetapi peneliti juga ingin mengeksplorasi masalah. Wawancara dapat dilakukan secara individual ataupun kelompok. Teknik wawancara ini dilakukan terhadap pimpinan PT. BPRS Magetan dan karyawan terkait.

6. Teknik Pengolahan Data

Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti menggunakan pengelolaan

¹² Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing, 2020),

data milik Miles dan Humberman yang dilakukan secara interaktif.

a. Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif, proses pengumpulan data dilakukan pada sebelum, selama, dan juga di akhir penelitian.¹⁴ pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan di kantor PT. BPRS Magetan. Data tersebut diperoleh dari wawancara yang dilakukan peneliti di tempat atau lokasi penelitian.

b. Reduksi Data

Pada penelitian kualitatif, reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian, dan pentransformasian data kasar yang diperoleh peneliti saat terjun di lapangan.¹⁵ Aktivitas reduksi data digunakan untuk mempermudah pengumpulan data dengan cara merangkum dan menerangkan hasil data yang diperoleh. Dalam hal ini peneliti akan memilah dan memfokuskan data yang relevan dengan pembahasan dalam penelitian mengenai analisis SWOT terhadap produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis bank terkait. Dengan demikian, maka akan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dan mampu memberikan gambaran yang lebih jelas.

c. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti

¹⁴ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 164.

¹⁵ Ibid., 165.

guna menyajikan sekumpulan informasi tersusun yang dapat memberikan suatu kemungkinan untuk peneliti menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan.¹⁶ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bentuk penyajian data berupa teks naratif dengan uraian kata-kata dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti sehingga mampu untuk memudahkan pembaca dalam memahami mengenai apa yang telah terjadi.

d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion*)

Setelah pada tahap penyajian data maka akan berlanjut pada penarikan kesimpulan. *Conclusion* merupakan sebuah aktivitas penarikan kesimpulan dan verifikasi data dengan berdasarkan pada bukti-bukti data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Kesimpulan dalam analisis data kualitatif terdapat kemungkinan mampu menjawab rumusan masalah yang telah peneliti rumuskan sejak awal akan tetapi mungkin juga tidak, hal ini dikarenakan sesuai dengan yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara serta akan dikembangkan setelah peneliti terjun langsung di lapangan.¹⁷

Jadi, kesimpulan yang diharapkan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Bentuk temuan ini dapat berupa deskripsi ataupun gambaran pada

¹⁶ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 162.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta CV, 2014), 345.

objek yang sebelumnya masih samar-samar yakni mengenai analisis SWOT terhadap produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan yang pada akhirnya dapat semakin jelas.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang digunakan untuk mencari dan menyusun secara sistematis mengenai perolehan data dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dengan mudah untuk dipahami serta hasil temuan dapat diinformasikan kepada orang lain.¹⁸ Teknik analisis data dapat dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah di lapangan.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini cenderung kepada metode deduktif, yaitu metode yang menekankan pada teori yang kemudian disamakan dengan pengamatan atau hasil penelitian saat di lapangan. Sehingga pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan pada teori dengan fakta yang ada di lapangan. Dalam hal ini, penulis menganalisis antara teori analisis SWOT yang umumnya digunakan dalam dunia perbankan dengan data yang peneliti peroleh ketika melakukan penelitian secara langsung di PT. BPRS Magetan. Setelah semua data diperoleh peneliti mulai dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Maka untuk tahap selanjutnya yakni peneliti akan menganalisis data secara deskriptif kualitatif, untuk

¹⁸ Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, 160.

memberikan gambaran fakta-fakta yang ada mengenai penerapan analisis SWOT terhadap Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan. Setelah itu, peneliti menyajikan hasil penelitian, melakukan penarikan kesimpulan, dan mengimplikasikan penelitian sebagai bagian akhir dari penelitian dalam bentuk naratif deskriptif.

Peneliti akan merangkai data hasil perolehan, mengorganisir, menyusun data dalam kesatuan yang logis dan sistematis sehingga kaitannya dapat terlihat dengan jelas. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisa dalam kualitatif. Ditinjau dari perolehan data yang merupakan data kualitatif, yang di mana wujudnya berupa informasi dan merupakan sumber data deskriptif luas serta berlandaskan pada tokoh yang memuat penjelasan mengenai terjadinya proses dalam lingkungan setempat.

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif data dapat dinyatakan valid apabila tidak adanya perbedaan diantara hasil yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data. Suatu data dapat dinyatakan reliabilitas ketika dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama memperoleh hasil yang sama pula. Hal yang dapat dilakukan untuk memperoleh data yang benar-benar valid, kredibel, dan akurat, maka perlu adanya kesahihan data dengan

menerapkan dua uji guna menguji kesahihan data, melalui :

a. Uji Validitas

Validitas data dalam penelitian kualitatif didasarkan pada kepastian hasil penelitian yang diteliti untuk menguji keakuratan dari sudut pandang peneliti dan partisipasi (pembaca secara umum). Sugiono (2014) mengungkapkan bahwa terdapat dua macam validitas data dalam penelitian yakni validitas internal dan eksternal.¹⁹ Validitas internal berkenaan pada derajat akurasi penelitian dengan hasil yang dicapai, sedangkan validitas eksternal berkenaan pada derajat akurasi hasil penelitian itu dapat diterapkan dalam populasi dimana sampel tersebut diambil. Untuk meyakinkan hasil perolehan data dari penelitian ini, maka teknik yang akan dilakukan untuk uji keabsahan data peneliti melalui:

1) Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik untuk meningkatkan keabsahan data, yang penting untuk memeriksa atau melihat perolehan informasi dari berbagai sumber diluar informasi tersebut. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Triangulasi sumber: pengujian menggunakan teknik dengan cara membandingkan informasi yang diperoleh dari subyek

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

dengan informan, dengan maksud agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan akurat melalui beberapa sumber informasi. Triangulasi sumber dalam penelitian ini yakni Kepala bagian Operasional, *Marketing Funding*, *Customer Service*, ataupun melalui SOP milik PT. BPRS Magetan, dan membandingkan dengan penelitian terdahulu agar dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam penelitian yang dilakukan.

- b) Triangulasi metode: pengujian menggunakan teknik dengan cara membandingkan data hasil pengamatan terhadap data hasil wawancara dan juga membandingkan dengan isi dokumen yang berkaitan. Dalam penelitian ini triangulasi metode dengan melakukan wawancara secara langsung bersama Kasie ASN dan *Marketing Funding* PT. BPRS Magetan. Selain itu, dengan melakukan perbandingan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Serta mencari dan mengumpulkan dokumen-dokumen atau SOP (Standar Operasional Prosedur) yang ada di PT. BPRS Magetan.

2) Pengecekan Teman Sejawat

Dalam penelitian ini, menguji dengan cara mengungkap data antara hasil sementara ataupun hasil akhir yang telah diperoleh peneliti sebagai bentuk percakapan ilmiah

dengan teman sejawat dalam bentuk diskusi analisis. Pengujian menggunakan teman sejawat pada penelitian ini dilakukan dalam bentuk menggali informasi bersama *Customer Service* PT. BPRS Magetan, dengan cara wawancara dalam sebuah diskusi kepada yang bersangkutan untuk memperoleh informasi berupa masukan atau saran yang baik. Kemudian dari hasil tersebut akan dijadikan sebagai bahan penyempuraan analisis ditahap berikutnya. Namun, ketika terjadi sebuah pertentangan dengan rekan sejawat mengenai hasil temuan atau fakta yang diperoleh di lapangan, maka fakta atau temuan tersebut akan dikonfirmasi secara berkala dengan perolehan data saat di lapangan.

3) Pengecekan Kecukupan Referensi

Kecukupan referensi dalam penelitian ini digunakan sebagai alat dan sebagai penyesuaian dengan kritik tertulis untuk keperluan analisis data. Dalam penelitian ini menggunakan alat berupa tape recorder dan foto yang digunakan sebagai media untuk merekam peristiwa tertentu, tentunya yang menjadi objek dalam penelitian ini. Dengan ini dapat dijadikan sebagai patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran, maka mempermudah peneliti karena telah memiliki bahan dalam media dengan bentuk tercatat atau terekam.

b. Uji Reliabilitas

Pada penelitian kualitatif, uji reliabilitas dilakukan dengan mengaudit keseluruhan proses penelitian. Pengujian ini dilakukan oleh auditor yang independen yakni oleh dosen pembimbing skripsi untuk membantu dalam mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Tentang bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, uji keabsahan data dan pada kesimpulan harus dapat peneliti tunjukkan.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 bab, yang pada hakikatnya masing-masing bab terdiri dari sub-sub yang berkaitan. Di mana sistematika pembahasan dalam penelitian ini diantaranya adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai pola dasar penelitian mengenai: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data, serta sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini memaparkan terkait teori yang sesuai dengan rumusan masalah dan data yang dikaji oleh peneliti. Dalam bab ini akan memaparkan mengenai teori pengembangan bisnis, tabungan *mudharabah*, strategi bisnis dan

analisis SWOT.

BAB III : PAPARAN DATA

Pada bab ini memaparkan data hasil penelitian yang terdiri dari data inti dan pendukung. Data pendukung berisi terkait gambaran umum objek penelitian meliputi sejarah PT. BPRS Magetan, visi dan misi, dan alamat dari PT. BPRS Magetan. Sedangkan untuk data inti yang digunakan yakni mengenai faktor pendukung yang mempengaruhi perkembangan produk Tabungan Barokah, perspektif SWOT produk terhadap Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan, dan strategi bisnis yang sesuai berdasarkan analisis SWOT terhadap Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan.

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini membahas atau menjelaskan hasil data mengenai analisis faktor pendukung yang mempengaruhi perkembangan produk Tabungan Barokah, analisis perspektif SWOT terhadap Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan, dan strategi bisnis yang sesuai berdasarkan analisis SWOT terhadap Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran yang bersifat membangun bagi penelitian selanjutnya. Untuk kesimpulan sendiri mencakup penjelasan mengenai data atau hasil penelitian yang disesuaikan dengan masalah yang telah dirumuskan dan tujuan dari

penelitian.



BAB II

TABUNGAN BAROKAH DALAM PENGEMBANGAN BISNIS PT. BPRS MAGETAN

A. Pengembangan Bisnis

Menurut Huges dan Kapoor, *Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs. The general term business refers to all such efforts within a society or within an industry.*¹ Maksud dari bisnis ini ialah kegiatan usaha milik individu yang terorganisir untuk menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang digunakan untuk memperoleh keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Brown and Patrello (1976): *Business is ana institution which produces goods and services demanded by people.*²

Menurut Brown dan Petrello, pengembangan usaha merupakan suatu lembaga yang mampu menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini termasuk juga pada jasa dari pihak pemerintah dan swasta yang disediakan untuk memberikan pelayanan masyarakat. Bisnis berarti sejumlah total dari usaha yang meliputi pertanian, produksi, distribusi, kontruksi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak pada bidang pembuat dan pemasaran barang serta jasa dari konsumen. Pada umumnya istilah bisnis ini ditekankan pada tiga hal yang meliputi:

1. Usaha perseorangan kecil-kecilan,

¹ H. Buchari Alma, *Manajemen bisnis syariah* (Jakarta: Penerbit Alfabeta, 2009), 115.

² Ibid.

2. Usaha milik perusahaan besar yakni pabrik, transport, surat kabar, hotel, dan lain sebagainya,
3. Usaha yang bergerak dalam bidang struktur ekonomi suatu negara.

Ketika kebutuhan masyarakat menunjukkan angka peningkatan maka akan berpengaruh terhadap perkembangan suatu lembaga untuk mewujudkan sebuah pemenuhan kebutuhan tersebut. *Benchmarking* merupakan proses pengukuran yang sistematis dan berkesinambungan; proses mengukur dan membandingkan secara sinambung atas proses-proses bisnis suatu organisasi dengan tokoh-tokoh bisnis manapun di seluruh dunia, untuk mendapatkan informasi yang akan membantu upaya organisasi tersebut memperbaiki kinerjanya. Strategi *benchmarking* ini pada mulanya digunakan dalam bidang bisnis untuk mengukur kinerja suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang lebih maju.

Pengembangan bisnis akan dilakukan perusahaan ketika akan menambah atau meningkatkan volume produk dan dalam keinginan untuk mengembangkan melalui pengakuisisian perusahaan lain. Berikut bentuk pengembangan bisnis:

1. Pengembangan Produk

Menurut Tjiptono, pengembangan produk merupakan produk baru yang meliputi orisinil, produk disempurnakan, produk yang dimodifikasi, merk baru yang dikembangkan dalam usaha riset dan pengembangan.³

Karena adanya perubahan selera dari konsumen, maka perlu adanya

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2008).

pengembangan produk guna mengikuti perubahan selera tersebut dan dengan meningkatkan kualitas produk. Pengembangan produk/jasa merupakan aktivitas untuk memperbaiki dan memodifikasi produk ataupun jasa agar menjadi lebih inovatif dan konsumtif bagi konsumen. Menurut William J. Stanton, faktor yang menjadi pendorong suatu perusahaan dalam melakukan pengembangan produk, meliputi:⁴

- a. Perkembangan teknologi: menjadi sarana bisnis dalam melakukan pengembangan produk yang lebih berkualitas, cepat dalam pengerjaan, efisien, dan lebih inovatif.
- b. Perubahan selera konsumen: ketika selera konsumen mengalami perubahan maka kepekaan pelaku usaha sangat menentukan penyesuaian produk dengan selera konsumen. Selera konsumen menjadi pengaruh besar untuk penjualan produk dan jasa suatu perusahaan.
- c. Persaingan: adanya persaingan antar perusahaan tentu menjadi alasan suatu perusahaan untuk melakukan pengembangan produk, karena tuntutan dalam persaingan produksi antar perusahaan tersebut.
- d. Kapasitas mesin berlebih: meningkatkan kapasitas mesin yang ada atau dimiliki oleh perusahaan, dengan demikian perusahaan akan berusaha untuk menggunakan kelebihan pada kapasitas tersebut

⁴ R A De Rozarie, "MANAJEMEN PENGEMBANGAN BISNIS:," Jawa Timur: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia, 2019, 14.

dalam membuat produk.

- e. Siklus hidup produk: siklus hidup produk menjadi pendorong perusahaan untuk terus melakukan pengembangan pada produknya.
- f. Keinginan untuk meningkatkan laba: setiap bisnis bertujuan agar dapat memperkuat posisi produk di pasar dan dapat memperluas pasar maka perlu adanya pengembangan pada produk.

2. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar adalah sebuah upaya dalam memperluas pasar dengan cara memperkenalkan produk/jasa pada wilayah geografis yang baru. Menurut Hendro, terdapat beberapa hal yang dapat digunakan dalam melakukan pengembangan pasar yakni dengan mengembangkan pasar dari sisi produk, sistem penjualan, strategi integrasi, dan dengan cara yang sinergisme.⁵

3. Pengembangan Organisasi

Pengembangan organisasi adalah serangkaian kegiatan dalam penyempurnaan tujuan dan nilai-nilai organisasi, fungsi-fungsi organisasi termasuk pada struktur organisasi agar organisasi bisnis lebih adaptif terhadap tuntutan lingkungan bisnis, bekerja efisien dan efektif, sehingga kinerja bisnis dapat mencapai peningkatan.

Adapun unsur-unsur penting dalam pengembangan bisnis yakni diantaranya:

1. Unsur yang berasal dari internal perusahaan

⁵ Ibid., 17.

- a. Adanya niat dari pengusaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar
 - b. Mengetahui teknik produksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang digunakan untuk mengembangkan produk
 - c. Membuat anggaran yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.
2. Unsur yang berasal dari eksternal perusahaan
- a. Mengikuti perkembangan informasi dari luar bisnis
 - b. Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam
 - c. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik untuk bisnis
 - d. Harga dan kualitas sebagai unsur strategis yang paling umum ditemui
 - e. Rentangan berbagai produk atau jasa yang bervariasi memungkinkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini dapat meningkatkan perekonomian perusahaan dan tentu menguntungkan konsumen.⁶

B. Tabungan Mudharabah

Tabungan merupakan salah satu produk penghimpunan dana (*funding*) masyarakat. Di mana sesuai dengan ketentuan Perundang-Undangan yang berlaku, bahwasannya sumber dana bank diperoleh dari

⁶ Tobari, *Kewirausahaan dan Inovasi* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021), 21.

menghimpun dana masyarakat melalui simpanan giro, tabungan, dan deposito. Tabungan adalah simpanan yang dalam penarikannya hanya dilakukan sesuai dengan syarat tertentu yang telah disepakati, akan tetapi dalam penarikannya tidak dapat ditarik menggunakan cek, bilyet giro, dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁷ Pasal 1 Angka 21 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, tabungan merupakan simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dan berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lainnya yang dalam penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan syarat tertentu yang telah disepakati, dalam penarikannya tidak dapat ditarik menggunakan cek, bilyet giro, dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁸

Dalam hal ini Islam telah memiliki dua prinsip mengenai akad perjanjian yang dapat diimplementasikan oleh pihak bank syariah khususnya pada produk tabungan, meliputi akad *wadiah* dan *mudharabah*. Berkaitan dengan hal ini, tabungan dapat diartikan sebagai salah satu bentuk simpanan yang tentunya diperlukan oleh masyarakat dalam wadah penyimpanan uangnya, tabungan ini juga menjadi salah satu jenis simpanan yang dapat dibuka tanpa menggunakan persyaratan, tentunya juga persyaratan yang digunakan mudah dan sederhana. Bank sebagai tempat menyimpan dana pihak ketiga (tabungan) dalam periode tertentu sesuai

⁷ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), 92.

⁸ Otoritas Jasa Keuangan, “Undang-Undang No 21 Tahun 2008 Perbankan Syariah,” 2017, https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf, (diakses pada tanggal 12 Desember 2022, jam 19.20).

dengan keinginan nasabah. Nasabah dapat mengambil kapan saja baik bertransaksi secara langsung melalui teller ataupun dengan memanfaatkan transaksi elektronis (ATM).

1. Pengertian Tabungan *Mudharabah*

Mudharabah diartikan sebagai pemberian harta seseorang kepada orang lain dalam bentuk modal usaha, di mana perolehan keuntungan akan dibagi kepada dua pihak dan ketika terjadi kerugian maka ditanggung oleh pemilik modal. Menurut istilah *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua belah pihak, pihak pertama sebagai pemilik dana dengan menyediakan keseluruhan dana, pihak kedua sebagai pengelola dana yang bertindak dalam mengelola dana tersebut, sedangkan untuk keuntungan yang diperoleh dari usaha akan dibagi antara mereka sesuai kesepakatan dan kerugian finansialnya hanya ditanggung oleh pemilik dana.⁹

Tabungan *mudharabah* merupakan tabungan yang operasionalnya berdasarkan akad yang digunakan, akad *mudharabah*. Tabungan *mudharabah* bersifat investasi dan berbeda dengan tabungan *wadiah* yang sifatnya sebagai titipan. Dalam produk tabungan dengan prinsip *mudharabah*, bank syariah berperan dalam menerima investasi dari nasabah dengan jangka waktu tertentu. Dari dana tersebut kemudian akan diinvestasikan atau dikelola oleh bank kepada sektor usaha yang produktif.

⁹ Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 181.

Keuntungan dari hasil usaha atau investasi ini kemudian akan dibagikan kepada pihak bank syariah dan nasabah dengan menggunakan prinsip bagi hasil. Kedua pihak akan memperoleh bagi hasil dengan porsinya secara proporsional sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Tabungan *mudharabah* merupakan produk tabungan yang dalam pelaksanaannya berdasarkan pada akad *mudharabah*.¹⁰ Akad *mudharabah* terbagi menjadi dua macam yakni *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Perbedaan dari kedua macam *mudharabah* yakni terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola dananya. Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Kapasitasnya sebagai *mudharib* maka bank syariah memiliki kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mampu mengembangkan, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain.

2. Prosedur Mekanisme Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. Para ahli “tempoe doeloe” memberikan pengertian tabungan yang berarti sebagai simpanan sementara sebelum pemilik melakukan pilihannya, apakah

¹⁰ BMTBUSCM, “BAB II Tabungan Akad Mudharabah,” dalam <https://eprints.walisongo.ac.id/5999/3/BAB%2011.pdf>, (diakses pada tanggal 13 Desember 2022, jam 17.29).

pemilik akan melakukan konsumsi ataukah dengan kepentingan dalam berinvestasi. Pada bank syariah, mudharabah diaplikasikan pada: *Investment Account*, *Saving Account*, dan *Project Financing*. Sedangkan pada sisi penghimpunan dana, akad mudharabah diterapkan pada:

- a. Tabungan berjangka yakni tabungan yang dimaksudkan dalam sebuah tujuan tertentu. Hal ini misalkan pada tabungan haji, kurban, pendidikan, dan lain sebagainya.
- b. Deposito yakni dana yang dititipkan nasabah terkhusus untuk sebuah bisnis tertentu.

Sebagaimana pada umumnya, tabungan mudharabah merupakan produk tabungan yang dapat ditarik setiap saat atau beberapa kali sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sebagai mudharib maka pihak bank syariah akan membagi keuntungan dengan shahibul mal sesuai dengan nisbah yang berlaku dan sesuai kesepakatan dua pihak. Pembagiannisbah bagi hasil ini dilakukan setiap satu bulan sekali berdasarkan pada saldo yang mengendap. Pembukaan rekening tabungan pada umumnya dalam melakukan prosedur guna menjadi penabung ialah, sebagai berikut:

- a. Mengisi aplikasi permohonan pembukaan rekening sesuai dengan jenis simpanan, yang berfungsi sebagai kontrak antara bank dan nasabah
- b. Mengisi (*Speciment Card*)
- c. Memperoleh buku tabungan

d. Menyerahkan uang tabungan

Bank menghimpun dana bagi hasil atas dasar pada prinsip mudharabah yakni akad kerjasama anantara pemilik dana dengan pengusaha untuk melakukan usaha bersama dan pemilik dana (mudharib) tidak boleh mencampuri dalam pengelolaan bisnis sehari-hari oleh pengelola dana. Tabungan mudharabah merupakan produk pengimpunan dana oleh bank syariah dengan menggunakan akad mudharabah mutlaqah. Nasabah menyerahkan dana untuk dilaksanakannya pengelolaan melalui tabungan mudharabah secara mutlak kepada bank syariah selaku mudharib, dengan tidak ada batasan baik dilihat dari jenis investasi, jangka waktu, sektor usaha, dan dengan tidak bertentangan pada prinsip syariah Islam.¹¹

Pihak bank syariah akan membayar bagi hasil dari keuntungan kepada nasabah disetiap akhir bulan, besar bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati pada saat pembukaan rekening tabungan mudharabah. Penerimaan bagi hasil oleh nasabah akan selalu mengalami perubahan, hal ini disebabkan karena adanya fluktuasi pendapatan bank syariah dan pada dana tabungan nasabah.

3. Bagi Hasil Produk Penghimpunan Dana

Bagi hasil merupakan pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian, pihak tersebut yakni lembaga keuangan syariah dengan nasabah. Perjanjian ini dilakukan oleh dua belah pihak dan hasil atas pelaksanaan usaha yang dilakukan akan

¹¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), 69.

dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak saat akad serta telah disepakati bersama. Dalam bagi hasil atas usaha perbankan syariah telah ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Nisbah merupakan presentase yang telah disepakati dua pihak dalam membantu menentukan besaran bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan.

Penggunaan akad mudharabah dalam pengelolaan dana ketika bank syariah memperoleh hasil maka akan membagihasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam pengelolaan dana ini, bank syariah tidak memiliki kewajiban untuk bertanggungjawab atas kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaian dari bank syariah itu sendiri. Apabila kelalaian terjadi karena pihak bank syariah, maka bank wajib bertanggungjawab penuh terhadap kerugian yang terjadi. Pengelolaan data mudharabah, pihak bank menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Pihak bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah yang menjadi haknya. Sesuai dengan pemberlakuan ketentuan maka PPH bagi hasil tabungan mudharabah dibebankan langsung ke rekening tabungan mudharabah pada saat terjadinya perhitungan bagi hasil.

C. Strategi Bisnis

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi atau perusahaan yang

disertai dengan penyusunan dan upaya dalam mencapai tujuan.¹² Strategi sebagai parameter sebuah organisasi dalam menentukan tempat dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi juga sebagai petunjuk perusahaan dalam sebuah tujuan atau pencapaian yang akan ditempuh. Strategi didefinisikan sebagai suatu proses evaluasi pada kekuatan dan kelemahan perusahaan, dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan serta memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan lingkungan sebagai peluang.¹³

Bisnis adalah suatu aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang.¹⁴ Bisnis juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang dioperasikan oleh pihak yang berkecimpung pada bidang industri dan perniagaan dalam menyediakan barang serta jasa, yang berfungsi dalam mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup masyarakat. Strategi bisnis merupakan serangkaian komitmen dan tindakan yang terkoordinasi serta dirancang untuk menyediakan nilai bagi pelanggan, selain itu dirancang untuk mendapatkan keunggulan secara kompetitif dari pasar produk individual ataupun spesifik.¹⁵ Strategi bisnis dapat dikatakan sebagai strategi bersaing, yang dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan barang ataupun jasa dalam

¹² Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: Refika Aditama, 2014), 16.

¹³ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 338–89.

¹⁴ Muhamad & Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), 56.

¹⁵ Rahmad Dwi Jatmiko, *Manajemen Stratejik* (Malang: UMM Press, 2004), 135.

industri pasar. Beberapa strategi bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah saw, diantaranya meliputi:¹⁶

1. Strategi operasi: strategi yang digunakan untuk mengubah masukan (bahan baku, bahan pendukung, mesin, SDM) menjadi sebuah keluaran yang memiliki nilai. Strategi ini berkaitan dengan pemanfaatan fasilitas ataupun peralatan, sumber daya, perencanaan, dan pengendalian operasi.
2. Strategi pemasaran: berfungsi untuk membidik produk, strategi harga, tempat, dan promosi yang digunakan untuk penggunaannya dalam *marketing mix*. *Marketing mix* merupakan semua faktor yang dapat dikuasai oleh manajer pemasaran untuk mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa.

D. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari analisis internal dan eksternal pada suatu organisasi, yang biasanya digunakan menjadi dasar dalam melakukan evaluasi baik dengan menggunakan cara penentuan ataupun analisa terhadap strategi yang dimaksud oleh peneliti, dengan demikian maka akan memperoleh formulasi strategi yang tepat dan efektif yang mampu untuk meminimalkan kelemahan serta ancaman pada suatu perusahaan sehingga dapat dengan sigap untuk mencegah hal buruk yang merugikan perusahaan tersebut. Bismala mengungkapkan bahwa analisis SWOT merupakan suatu

¹⁶ M. Suyanto, *Etika Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW* (Yogyakarta: ANDI, 2008).

alat yang dinilai sangat tepat dalam membantu dan membangun bisnis atau dalam mengembangkan perusahaan untuk menjadi lebih baik lagi.

Analisis SWOT merupakan singkatan dari lingkungan internal *strengths* dan *weakness* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis.¹⁷ Menurut Fredy Rangkuti menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.¹⁸ Penjelasan SWOT menurut David (2017) diantaranya yaitu:¹⁹

- a. Kekuatan (*Strengths*), adalah faktor pendorong dari dalam organisasi atau perusahaan yang meliputi sumber daya, keterampilan, dan keunggulan lain yang dapat dilayani oleh perusahaan tentunya berhubungan dengan para pesaing ataupun kebutuhan pasar. Adanya keunggulan kompetitif yang dimiliki dan diberikan oleh perusahaan maka dapat dikatakan pula sebagai kekuatan dalam suatu kompetisi khusus.
- b. Kelemahan (*Weakness*), merupakan sebuah keterbatasan atau kekurangan dalam suatu perusahaan terhadap sumber daya, keterampilan, ataupun kapabilitas yang secara efektif mampu menghambat kinerja pada perusahaan.
- c. Peluang (*Opportunities*), merupakan situasi yang mampu memberikan keuntungan bagi setiap perusahaan.

¹⁷ Hendra Cipta dan Hatamar, *Analisis SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia* (Bangka: Shiddiq Press, 2020), 33–34.

¹⁸ Rangkuti, *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*.

¹⁹ Fred R David, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Salemba Empat, 2017).

- d. Ancaman (*Threats*), adalah dimana situasi yang tidak memberikan keuntungan dan menjadi faktor penghambat untuk lingkungan perusahaan.

Kegunaan analisis SWOT yakni untuk mengoptimalkan adanya keunggulan bisnis dengan cara menyusun atau merencanakan strategi jitu yang berpusat pada kekuatan dan peluang, hal tersebut mampu menjadi faktor dalam meningkatkan kualitas bisnis suatu perusahaan. Analisis SWOT dinilai sebagai instrumen yang ampuh dalam melaksanakan analisis strategi, di mana kemampuan tersebut terletak pada kemampuan akan penentu strategi perusahaan dalam memaksimalkan peranan pada kekuatan dan pemanfaatan peluang, sehingga mampu dalam berperan sebagai alat untuk meminimalisir faktor kelemahan dan ancaman yang timbul.

Perusahaan dalam mengantisipasi ancaman yang akan terjadi dari luar terkait pengembangan bisnis yang digarap dalam periode perencanaan, meliputi:

- a. Lingkungan internal perusahaan (Kekuatan dan Kelemahan)

Kekuatan (*strengths*) merupakan karakteristik positif dalam internal yang mampu digunakan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dari kinerja strategi yang telah disusun. Kelemahan (*weakness*) merupakan karakteristik internal yang dapat mempengaruhi terjadinya keterlambatan atau sebagai penghambat dari kinerja suatu perusahaan. Di mana untuk informasi yang dicari pada umumnya tentu berkaitan dengan fungsi meliputi pemasaran, produksi,

keuangan, penelitian, dan pengembangan untuk bisnis perusahaan. Selain hal tersebut, analisis internal juga akan melakukan pemeriksaan pada struktur organisasi secara keseluruhan, kompetensi yang dimiliki, kualitas akan manajemen, dan karakteristik pada SDM yang terlibat.

b. Lingkungan eksternal perusahaan

Lingkungan eksternal merupakan suatu kondisi atau peristiwa yang saling berhubungan dengan perusahaan yang tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhi. Ancaman (*threats*) merupakan ciri-ciri dari lingkungan eksternal yang mampu menjadi penghambat pada perusahaan dalam mencapai tujuan strategi yang telah direncanakan. Perlu adanya analisis pada lingkungan eksternal perusahaan sehingga dapat mengantisipasi kemungkinan buruk pada pengaruhnya terhadap perusahaan.

2. Ancangan Strategi SWOT

Perencanaan usaha menggunakan metode SWOT yang baik akan dirangkum didalam matriks SWOT yang dikembangkan oleh Kearns.²⁰ Melalui Analisis SWOT dapat melakukan perbandingan antara faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) dengan faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan).

²⁰ Ranguti, *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*, 83.

Tabel 2. 1

Matrik SWOT

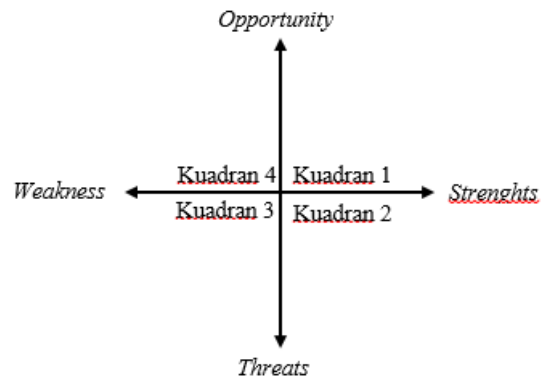
IFAS EFAS	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunities</i> (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO
<i>Threats</i> (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT

IFAS merupakan faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan. Sedangkan EFAS merupakan faktor-faktor strategi eksternal dari suatu perusahaan. Perbandingan melalui kedua hal tersebut menghasilkan alternatif strategi yang meliputi SO, ST, WO, dan WT. Hasil analisis dari matriks evaluasi faktor internal dan eksternal akan dipetakan pada matriks posisi organisasi dengan cara:

- Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan,
- Sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman

Posisi perusahaan melalui hasil analisis matriks internal dan eksternal, melalui:

- Ketika peluang lebih besar daripada ancaman maka nilai $y > 0$
- Ancaman lebih besar daripada peluang maka nilai $y < 0$
- Kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$
- Kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilai $x < 0$.



Gambar 2. 1 Penentuan Strategi Matrik SWOT

a. Strategi SO = Kuadran 1 (+,+)

- 1) Posisi yang sangat menguntungkan perusahaan
- 2) Dengan adanya peluang dan kekuatan maka perusahaan dapat memanfaatkan secara maksimal
- 3) Dapat menerapkan strategi yang mampu mendukung kebijakan pertumbuhan secara agresif

b. Strategi ST = Kuadran 2 (+,-)

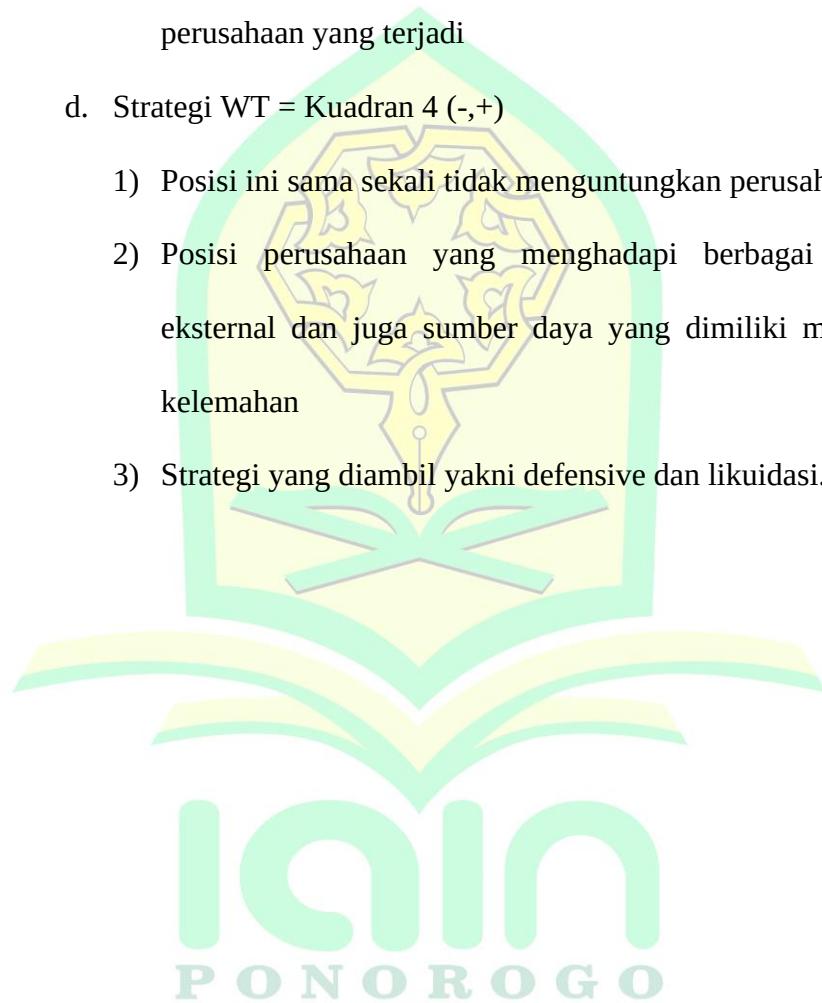
- 1) Posisi perusahaan yang menghadapi adanya berbagai ancaman, akan tetapi perusahaan memiliki keunggulan pada sumber daya
- 2) Perusahaan diposisi ini dapat menggunakan kekuatannya untuk memanfaatkan peluang dalam waktu jangka panjang
- 3) Dapat dilalui dengan cara melakukan penggunaan strategi diversifikasi produk ataupun pasar

c. Strategi WO = Kuadran 3 (-,-)

- 1) Posisi dimana perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, akan tetapi sumber daya yang dimiliki lemah
- 2) Pemanfaatan peluang tidak dapat dilakukan secara optimal
- 3) Sehingga perusahaan harus meminimalkan kendala internal perusahaan yang terjadi

d. Strategi WT = Kuadran 4 (-,+)

- 1) Posisi ini sama sekali tidak menguntungkan perusahaan
- 2) Posisi perusahaan yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan juga sumber daya yang dimiliki mempunyai kelemahan
- 3) Strategi yang diambil yakni defensive dan likuidasi.



BAB III

TABUNGAN BAROKAH DALAM PENGEMBANGAN BISNIS PT. BPRS MAGETAN

A. Profil PT. BPRS Magetan

1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Magetan

Salah satu wujud Bank Syariah di Indonesia adalah Bank Pembiayaan Usaha Rakyat Syariah (BPRS) yang bergerak khusus membantu permodalan usaha rakyat kecil dan mikro (UMKM) dengan sistem bagi hasil yang berkeadilan (adalah) dan seimbang (tawazun), serta membawa keberkahan dan ketenangan di hati. PT. BPRS Magetan lahir dengan mengacu kepada Undang-Undang (UU) No 21 tahun 2008 tentang Perbankan, dimana perbankan bagi hasil di akomodasi. Disebutkan juga didalam UU No. 21 tahun 2008 bahwa jenis kegiatan usaha dari BPRS adalah menghimpun dana dari masyarakat yang berupa simpanan (tabungan) dan investasi (deposito), menyalurkan dana kepada masyarakat yang berupa pembiayaan, menenpatkan dana pada bank syariah lainnya yang berupa titipan atau dalam bentuk investasi, memindahkan uang, dan menyediakan produk atau melakukan usaha bank syariah lainnya (UU No. 21 tahun 2008 pasal 21 a, b, c, d, e).

PT. BPRS Magetan berdiri sejak tanggal 14 Juni 2012, selain mengacu pada Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan. Berdirinya PT. BPRS Magetan juga berdasarkan pada Kabupaten Magetan No. 9 tahun 2008, akta pendirian PT. BPRS Magetan NO. 53 tanggal 21

Desember 2011 dibuat oleh Yvonne Erawati, SH. Notaris Madiun.

Menunjuk Peraturan Daerah Kabupaten Magetan Nomer 3 tahun 2020 tentang Perusahaan Perseroan Daerah serta menunjuk PP Nomer 54 tahun 2017 pasal 14 ayat 2 dan 3 yang mengamanatkan tentang nama Perusahaan Perseroan Daerah sehingga berdasarkan akta perubahan No. 07 tanggal 04 Mei 2020 nama PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Magetan disesuaikan menjadi Perusahaan Perseroan Daerah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Magetan atau disebut PT. BPRS Magetan (Perseroda). Dengan tujuan menjalankan usaha dalam bidang perbankan dengan prinsip syariah, pemerintah kota Magetan dengan mendirikan PT. BPRS Magetan juga berharap akan menambah lapangan pekerjaan khususnya untuk masyarakat didalam Kabupaten Magetan. Masyarakat yang memiliki potensi perbankan, baik dalam permodalan maupun dalam hal tenaga ahli. Sehingga dengan adanya PT. BPRS Magetan maka akan semakin banyak pula tenaga yang terserap disektor perbankan.

Selain itu, pembiayaan-pembiayaan yang disalurkan PT. BPRS Magetan bagi masyarakat membuka peluang usaha dan kerja yang semakin luas. Maka pada gilirannya kehadiran PT. BPRS Magetan akan menjadi penghambat bagi lajunya urbanisasi. Selain hal tersebut PT. BPRS Magetan didalam pendiriannya juga sebagai sarana untuk memudahkan pegawai negeri yang ada di daerah Magetan dalam urusan pembiayaan, hal tersebut dengan menyediakan jenis pembiayaan khusus dengan margin yang berbeda dari pembiayaan pada umumnya. Selain hal diatas dengan

kehadiran PT. BPRS Magetan diharapkan dapat membina ukhuwah islamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka peningkatan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai. Hal ini mengandung makna bahwa dalam PT. BPRS Magetan ditumbuhkan nilai ta'awun (saling membantu) antara pemilik modal dengan pemilik pekerjaan. Dengan nilai ta'awun inilah akan tumbuh kebersamaan antara bank dan nasabah yang merupakan faktor terpenting dalam mewujudkan Ukhuwah Isamiyah. Melalui kebersamaan tersebut usaha-usaha yang dilakukan masyarakat dengan modal yang diberikan oleh PT. BPRS Magetan bisa meningkatkan pendapatan masyarakat, maka pada tingkat yang lebih tinggi akan pula meningkatkan perkapita baik lokal maupun nasional.

Sebuah laporan besar ketika PT. BPRS Magetan tidak hanya sebatas laboratorium saja akan tetapi menjadi sebuah BPRS yang memiliki visi menjadikan lembaga bank pembiayaan rakyat syariah terbaik, unggul, sehat, dan amanah serta Misi menjadi lembaga keuangan yang menghasilkan produk jasa perbankan terbaik bagi nasabah dengan orientasi pengembangan UMKM dan menuju kesejahteraan bagi masyarakat. Harapan itu terwujud berkat kerja keras pihak-pihak yang terkait. Guna melancarkan kegiatannya PT. BPRS Magetan mempunyai satu kantor dan dua kantor kas.

PT BPRS Magetan sudah beroperasi lebih dari 9 tahun, didalam perjalanannya lembaga keuangan ini belum membuka cabang kantor. Akan tetapi telah dibuka lima kantor kas yang bertujuan untuk memudahkan

nasabah yang daerahnya jauh dari kantor pusat.¹

2. Visi dan Misi PT. BPRS Magetan

a. Visi

Menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah terbaik, unggul, sehat, dan amanah.

b. Misi

Menjadi Lembaga Keuangan yang menghasilkan produk jasa perbankan terbaik bagi nasabah dan menciptakan kondisi kondusif bagi pemerataan pembangunan sektoral dengan orientasi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah menuju kesejahteraan bagi *stake holder*.²

3. Lokasi PT. BPRS Magetan

- a. Kantor Pusat : Jl. Srikandi No. 01 Telp. (0351) 891448 Fax. (0351) 891549. Yang kemudian berpindah ke Jl. Yos Sudarso No. 52 Magetan Telp. (0351) 891448 Fax. (0351) 891549.
- b. Kantor KAS Kawedanan : Jl. Raya Gorang-Gareng Magetan, Kawedanan Telp. (0351) 439643. Yang kemudian berpindah ke Jl. Bayangkara (Bedak Pasar lama Gorang-Gareng) Telp. (0351) 439643.
- c. Kantor KAS Barat : Jl. Pasar Legi No. 45 Barat (lingkungan Kec. Barat). Yang kemudian pindah ke utara di Jl. Pasar Legi (depan SDN 03 Barat).
- d. Kantor KAS Panekan : Jl. Raya Panekan (depan kantor PDAM cabang

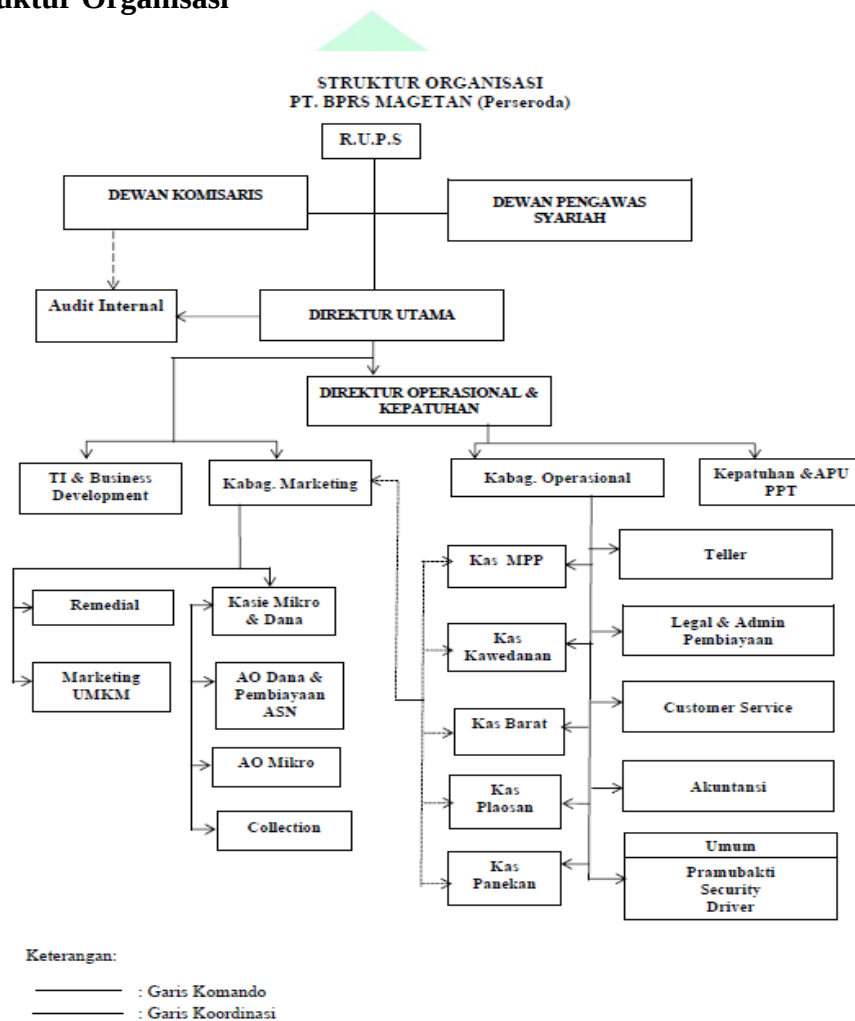
¹ Christina Widiastuti, Dokumentasi PT. BPRS Magetan (Perseroda), 20 September 2022.

² Ibid.

Panekan)

- e. Kantor KAS Plaosan : Pasar Wisata Plaosan No. 26 RT 16 RW 02, Kel. Plaosan, Kec. Plaosan.
- f. Kantor Mall Pelayanan Publik : di Pasar Baru Magetan.³

4. Struktur Organisasi



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT. BPRS Magetan

³ Ibid.

5. Produk-Produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS Magetan

a. Simpanan (*Funding*)

Simpanan merupakan sejumlah dana yang dipercayakan oleh nasabah kepada PT. BPRS Magetan yang dapat berupa tabungan atau deposito. Jenis-jenis simpanan pada PT. BPRS Magetan meliputi:⁴

1) Tabungan Amanah

Tabungan Amanah merupakan jenis tabungan yang menggunakan akad *wadiah* (titipan), jenis setoran ini bisa dilakukan secara berangsur-angsur dan pengambilannya dapat dilakukan setiap waktu sesuai jam kerja. Pada jenis tabungan ini uang yang disimpan nasabah tidak akan dipotong biaya administrasi untuk setiap bulannya. Pada jenis tabungan ini pihak bank tidak memberikan bagi hasil, namun pihak bank memberikan *ujrah* (bonus) yang besarnya sesuai dengan kebijakan dan keuntungan yang diperoleh bank. Uang yang disimpan oleh nasabah akan diinvestasikan pihak bank secara produktif ke dalam usaha-usaha yang jenisnya tentu sesuai dengan prinsip syariah.

2) Tabungan Barokah

Tabungan Barokah merupakan jenis tabungan yang memakai akad *mudharabah*, untuk penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu selama jam kerja berlangsung. Pada jenis tabungan ini uang yang disimpan oleh nasabah tidak

⁴ Ibid.

dikenakan biaya administrasi untuk setiap bulannya dan pihak bank memberikan bagi hasil kepada nasabah yang besarnya sesuai dengan kesepakatan atau perjanjian yang telah dilakukan diawal. Uang yang disimpan oleh nasabah akan diinvestasikan oleh pihak bank ke dalam usaha-usaha secara produktif dan tentunya jenis usaha tersebut sesuai dengan prinsip syariah yang berlaku.

3) Tabungan Umroh

Tabungan Umroh merupakan produk tabungan yang menggunakan akad *wadiah*. Karakteristik yang ditawarkan pihak bank dari adanya Tabungan Umroh ini yakni nasabah dapat menyimpan dana tanpa bunga atau bebas riba, biaya administrasi sebesar Rp. 100.000,-, bukan MLM, aman, dan untuk prosesnya dapat dilakukan secara cepat serta mudah. Persyaratan membuka Tabungan Umroh yakni foto copy KTP, KK, buku nikah, dan membayar DP yang jumlahnya sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

4) Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar)

Tabungan Simpel merupakan salah satu produk tabungan di PT. BPRS Magetan yang menggunakan akad *wadiah*. Kegunaan dari Tabungan Simpel ini adalah untuk pembayaran SPP dan pembelian kebutuhan sekolah lainnya. Hal ini karena Tabungan Simpel merupakan tabungan milik pelajar yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhan dalam pendidikan. Karakteristik yang

ditawarkan dari Tabungan Simpel yakni minimal pembukaan tabungan sebesar Rp. 5.000,-, untuk setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 1.000,-, dan penarikan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan maksimal penarikan sebesar Rp. 500.000,-.

5) Deposito Syariah

Deposito Syariah (deposito berjangka) merupakan investasi dana nasabah pada PT. BPRS Magetan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan, menggunakan akad *mudharabah*. Penyetoran dilakukan sekali dengan jumlah yang telah disepakati, tidak diambil sebelum jangka waktu berakhir sesuai dengan perjanjian, dan memperoleh hasil sesuai jangka waktu yang telah ditentukan. Dana yang dimasukkan ke dalam deposito syariah ini telah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dengan persyaratan yang ditawarkan oleh pihak bank. Persyaratan tersebut yakni dengan melampirkan fotocopy KTP/SIM/Pasport. Di mana ketentuan produk deposito syariah meliputi dana deposito minimal Rp. 2.000.000,- dengan jangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan.

b. Pembiayaan (*Financing*)⁵

1) Pembiayaan Mitra Usaha Syariah (MUS)

Pembiayaan Mitra Usaha Syariah merupakan pembiayaan yang ditujukan kepada masyarakat umum untuk pemilik Usaha

⁵ Ibid.

Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan menggunakan akad *mudharabah bil wakalah*. Karena pada dasarnya PT. BPRS Magetan merupakan lembaga keuangan yang khusus bergerak untuk membantu perihal permodalan usaha rakyat kecil dan mikro. Pembiayaan ini biasanya kurang dari Rp. 150.000.000,- dengan *margin* yang ditawarkan oleh pihak bank antara 1,5%, dengan jangka waktu angsuran 3 tahun dan menggunakan sistem angsuran bulanan. Jaminan dalam pembiayaan ini merupakan sertifikat ataupun BPKB milik nasabah pribadi atau orang tua dari nasabah.

2) Pembiayaan Mitra Usaha Musiman (MUM)

Dilihat dari nama produk maka pembiayaan jenis ini ditujukan untuk usaha yang memiliki pendapatan secara musiman dengan menggunakan akad *murabahah bil wakalah*. Nasabah yang menggunakan pembiayaan ini kebanyakan dari petani atau perkebunan, seperti petani padi, tembakau, cengkeh, dan lain sebagainya. Sistem angsuran yang diberikan oleh pihak bank dengan pembiayaan ini yakni dilakukan sekali langsung lunas dalam jangka waktu 3 bulan, 6 bulan, ataupun 12 bulan dan untuk jangka waktu maksimal selama 2 tahun. Penawaran *margin* dari pihak bank sekitar 1,7%.

3) Pembiayaan Mitra Amanah Syariah (MAS)

Pembiayaan Mitra Amanah Syariah merupakan pembiayaan yang dikhususkan untuk golongan PNS yang berada dikota

Magetan dengan menggunakan akad *murabahah bil wakalah*. Besar pembiayaan maksimal Rp. 100.000.000,- dengan jangka waktu maksimal 8 tahun. Jaminan yang harus diberikan yakni SK dan Taspen/Karpeg (kartu kepegawaian) serta untuk margin yang diberikan sebesar 0,9%.

4) Pembiayaan Mitra Pensiunan Syariah

Pembiayaan Mitra Pensiunan Syariah ini dikhususkan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kabupaten Magetan yang telah purna (pensiunan) dengan sistem potong gaji. Maksimal pembiayaan yang diberikan bank sebesar Rp. 40.000.000,- dengan jangka waktu maksimal 5 tahun dan jaminan yang diberikan nasabah kepada bank berupa SK Pensiunan.

5) Pembiayaan Mutabarok Bunda Sejahtera

Pembiayaan Mutabarok Bunda Sejahtera merupakan jenis pembiayaan yang difokuskan pada usaha dengan skala kecil seperti pedagang kecil di pasar ataupun toko kelontong. Syarat pengajuan pembiayaan ini dengan menggunakan fotocopy KTP yang masih berlaku. Kelebihan dalam pembiayaan ini yakni nasabah tidak dimintai jaminan. Sedangkan untuk keuntungan dari pembiayaan ini adalah memperoleh intensif dari pokok ketika dapat lunas tepat waktu, tanpa adanya riba, halal, barokah, dan dapat ber-infaq atau shodaqoh.

6) Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan Multijasa merupakan jenis pembiayaan dengan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan yang diperuntukkan pendidikan kesehatan ziaroh (Haji, Umroh, Ziarah Wali) dan menggunakan akad *ijarah*. Ketentuan dalam pembiayaan ini yakni dengan jangka waktu maksimal 3 tahun dan jaminan yang digunakan berupa sertifikat ataupun BPKB.

B. Data

1. Data Faktor Pendukung yang Mempengaruhi Perkembangan Produk Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan

Faktor pendukung untuk pengembangan produk ini dilihat melalui 6 faktor yang diantaranya, adalah perkembangan teknologi, perubahan selera konsumen, kelengkapan alat, siklus produk, dan juga strategi yang digunakan.

a. Perkembangan Teknologi

Perkembangan teknologi sebagai sarana bisnis dalam pengembangan produk dengan lebih berkualitas dan efisien. Pernyataan yang diungkapkan Christina Widiastuti mengenai perkembangan teknologi yang digunakan Tabungan Barokah sebagai sarana bisnis;⁶

“sebenarnya target untuk tahun ini *internet banking* bisa digunakan, namun karena masih terkendala masalah perizinan dari OJK untuk *internet banking* belum bisa digunakan. Teknologi yang digunakan saat ini masih mesin EDC dan *mobile banking* milik BPRS untuk menunjang keberlangsungan produk Tabungan Barokah, tapi untuk *mobile banking* penggunaannya terbatas dek.”

⁶ Christina Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

Sesuai dengan pendapat Destina Ardianti bagian dari Kepatuhan & Manajemen Risiko, menyatakan bahwa:⁷

“penggunaan teknologi dari Tabungan Barokah itu memakai mesin edc dan *mobile banking*. Sebenarnya dari BPRS untuk tahun ini mentargetkan dalam penggunaan layanan berupa *internet banking*, tapi karena belum ada izin dari pihak OJK maka *internet banking* belum bisa ditindaklanjuti.”

Pernyataan juga ditambahkan Ma'rufah Sulistyowati dari bagian Kasie ASN dan *Funding*, bahwa:⁸

“untuk teknologinya itu kita baru pakai Mobile Pay, jadi kemana-mana bagian *marketing* itu bawa hp yang sudah dikoneksikan dengan sistemnya PT. BPRS Magetan.”

Pernyataan diatas sesuai dengan pendapat dari Azhar Datuk Herman dari bagian *Marketing Funding*, yang menyatakan bahwa:⁹

“perkembangan teknologi salah satunya Tabungan Barokah itu disini masih berada dalam penggunaan Mobile Pay milik PT. BPRS Magetan, yang penggunaannya juga masih terbatas.”

Penyataan serupa disampaikan oleh Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat, menyatakan bahwa:¹⁰

“perkembangan teknologi produk Tabungan Barokah itu sudah sampai di *mobile banking* milik PT. BPRS Magetan sendiri dek, namanya itu Mobile Pay. Tapi untuk penggunaan Mobile Pay sendiri masih terbatas belum tersebar secara meluas.”

⁷ Destina Ardianti, Wawancara, 24 Maret 2023.

⁸ Ma'rufah Sulistyowati, Wawancara, 24 Maret 2023.

⁹ Azhar Datuk Herman, Wawancara, 24 Maret 2023.

¹⁰ Rizka Dinar, Wawancara, 24 Maret 2023.

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan sudah mengikuti adanya perkembangan jaman, teknologi terus di *upgrade* oleh pihak bank. Awal mula pihak bank menggunakan mesin EDC untuk transaksi di Tabungan Barokah dan untuk saat ini sudah memiliki mobile banking sendiri dengan nama Mobile Pay. Aplikasi Mobile Pay sudah terhubung dengan sistem dari PT. BPRS Magetan, sehingga memudahkan dalam bertransaksi dan tentu tetap dalam pantauan pihak bank. Dengan adanya mobile pay ini dapat mempermudah nasabah dalam melakukan pengimpunan dana khususnya pada produk Tabungan Barokah. Namun untuk mobile pay belum bisa digunakan secara meluas atau masih dalam penggunaan yang terbatas.

b. Perubahan Selera Konsumen

Tindakan yang dilakukan PT. BPRS Magetan dalam menghadapi perubahan selera nasabah, sebagaimana pendapat Christina Widiastuti sebagai Kabag. Operasional yang menyatakan bahwa:¹¹

“kita harus *inovatif* ya untuk pengembangan produk, karena karakter nasabah magetan khususnya yang tak lihat selama ini ya. Karena suka diberi sebuah *gift*, maka inovasi dari kita itu memberi *gift* kepada nasabah dengan cara tetap meminimalisir budget tapi gimana nasabah itu tetap senang dan tentunya tertarik. Sama kalau di Tabungan Barokah itu kita ada sistem jempot bola dek”

¹¹ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

Disamping itu, Destina Ardhianti bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko berpendapat bahwa:¹²

“kita sebagai pihak bank harus *inovatif* ya, dengan menganalisa penyebab terjadinya perubahan selera dari nasabah. Selain itu, pihak bank biasanya memberikan *gift* kepada nasabah yang tentu sesuai dengan ketentuan yang berlaku ya. Karena kalau dilihat nasabah itu paling senang kalau diberi *gift* kecil-kecilan dan dengan begitu nasabah bisa semangat untuk menabung kembali. Selain itu untuk Tabungan Barokah kita ada sistem jempot bola dek”

Begitu juga dengan pendapat Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat, yang menyatakan bahwa:¹³

“dengan pemberian *gift* bisa jadi salah satu faktor yang bisa menjaga agar tidak terjadi perubahan selera nasabah. Disamping itu, tentu pihak bank akan menganalisa faktor atau penyebab apa yang mempengaruhi terjadinya perubahan selera tersebut.”

Ma'rufah Sulistyowati selaku Kasie ASN dan *Funding* menambahkan pendapatnya dalam menindaklanjuti perubahan selera nasabah, yang menyatakan bahwa:¹⁴

“menganalisa ulang produk yang kurang diminati nasabah dan nanti dari Tabungan Barokah akan melakukan *study banding* produk. Untuk membantu dalam menganalisa keinginan nasabah itu seperti apa dan dapat meminimalisir adanya perubahan selera dari nasabah. Setelah itu dari bank sendiri nantinya akan mengolah kembali produk agar kembali diminati nasabah.”

Begitu juga dengan pernyataan Azhar Datuk Herman selaku

¹² Ardhianti, Wawancara.

¹³ Dinar, Wawancara.

¹⁴ Sulistyowati, Wawancara.

Marketing Funding, menyatakan bahwa:¹⁵

“dengan dilakukannya analisa ulang prouk yang kurang diminati nasabah dari adanya perubahan selera nasabah. Dari situ arahnya nanti untuk dilakukan studi banding dengan produk lainnya dek. Di Tabungan Barokah kita ada sistem jemput bola”

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa perubahan selera nasabah tentu akan terjadi disetiap perusahaan. Dari produk Tabungan Barokah dalam menindaklanjuti hal tersebut maka yang pertama, dengan melakukan analisa terkait menurunnya minat nasabah. Tahap kedua, akan melakukan studi banding dengan produk lainnya yang ada di PT. BPRS Magetan untuk mengetahui faktor apa yang membuat selera nasabah berubah. Tahap terakhir, maka mengolah kembali agar dapat dilirik oleh nasabah. Selain itu, untuk menjaga agar tidak terjadi perubahan selera nasabah maka produk Tabungan Barokah rutin memberikan *gift* 3 bulan sekali kepada nasabah penabung. Selain pemberian *gift* maka untuk menjaga selera konsumen Tabungan Barokah dalam pelayanannya menggunakan sistem jemput bola. Dengan demikian nasabah Tabungan Barokah dapat melakukan pengimpunan dana di rumah.

c. Persaingan

Tuntutan sebuah persaingan antar produk ataupun perusahaan nyata terjadi, sehingga perlu adanya pengembangan

¹⁵ Datuk, Wawancara.

produk. Sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Christina Widiastuti selaku Kabag. Operasional, menyatakan bahwa:¹⁶

“untuk persaingannya tidak dapat dipungkiri Tabungan Barokah ini masih berada dibawah produk Tabungan Amanah ya dek.”

Di samping itu, Ma'rufah Sulistyowati dari bagian Kasie ASN dan *Funding* menambahkan pendapatnya bahwa:¹⁷

“posisi Tabungan Barokah itu masih berada dibawah antara Tabungan Amanah dan Tabungan Jimpitan. Apalagi Tabungan Jimpitan ini merupakan produk baru dari PT. BPRS Magetan dek, dan nasabah itu banyak yang berpindah ke Tabungan Jimpitan untuk saat ini. Jadi Tabungan Barokah sendiri dalam persaingan masih berada dibawah Tabungan Amanah dan Tabungan Jimpitan.”

Begitu juga pendapat yang disampaikan oleh Destina Ardhiyanti dari bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko, menyatakan bahwa:¹⁸

“persaingan Tabungan Barokah itu dengan produk milik bank sendiri dek. Untuk posisinya Tabungan Barokah masih dibawah Tabungan Amanah dan Tabungan Jimpitan. Tabungan Jimpitan ini produk baru dari bank yang baru saja dirilis.”

Pendapat diatas juga disampaikan oleh Azhar Datuk Herman dari bagian *Marketing Funding*, berpendapat bahwa:¹⁹

“berbicara soal persaingan, Tabungan Barokah bisa dibilang masih kalah persaingan dengan Tabungan Amanah

¹⁶ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

¹⁷ Sulistyowati, Wawancara.

¹⁸ Ardhiyanti, Wawancara.

¹⁹ datuk, Wawancara.

dean Tabungan Jimpitan dek.”

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat bahwasannya:²⁰

“posisi Tabungan barokah berada diantara Tabungan Amanah dan Tabungan Jimpitan. Persaingan ketatnya antara dua jenis tabungan itu dek.”

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa persaingan produk Tabungan Barokah tepat dengan jenis produk tabungan lainnya yang ada di PT. BPRS Magetan. Produk Tabungan Barokah berada dibawah antara produk Tabungan Amanah dan Tabungan Jimpitan. Adanya persaingan tentu membuat pihak bank untuk terus melakukan pengembangan produk, agar produk Tabungan Barokah diketahui banyak orang. Untuk menyeimbangkan adanya persaingan produk tersebut maka dari Tabungan Barokah memberikan pelayanan khusus kepada nasabah. Seperti halnya adanya sistem jemput bola yang ditawarkan maka akan mempermudah dan memaksimalkan pelayanan jasa kepada nasabah produk Tabungan Barokah.

d. Kapasitas kelengkapan alat

Kapasitas kelengkapan alat yang digunakan dalam produk Tabungan Barokah. Sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Christina Widiastuti selaku Kabag. Operasional, bahwa:²¹

“kalau standart pada umumnya tabungan ya, untu nasabah yang setiap kali pembukaan rekening tabungan baru pasti

²⁰ Dinar, Wawancara.

²¹ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

dikasih buku tabungan terus setiap kali ada setoran diberi bukti penyetoran yang digunakan sebagai *crosscheck*.”

Pernyataan juga ditambahkan oleh Ma’rufah Sulistyowati dari bagian Kasi ASN dan *Funding*, yang menyatakan bahwa:²²

“kapasitas kelengkapan alat dari Tabungan Barokah itu kita ada buku tabungannya, slip setoran sama penarikan, terus ditambah dengan Mobile Pay itu tadi.”

Pernyataan yang sama juga disampaikan Azhar Datuk Herman dari bagian *Marketing Funding*, menyatakan bahwa:²³

“kapasitas kelengkapan alat untuk Tabungan Barokah itu sudah sesuai dengan standart. Meliputi buku tabungan, slip setoran dan penarikan, serta adanya *mobile banking* itu tadi”

Begitu juga dengan pernyataan yang disampaikan oleh Destina Ardhianti dari bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko bahwa:²⁴

“kapasitas kelengkapan dari Tabungan Barokah sudah sesuai dengan standart yang berlaku. Mulai dari buku tabungan untuk setiap nasabah yang membuka rekening baru, bukti atau slip penyetoran dan penarikan.”

Demikian juga pernyataan yang disampaikan oleh Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat bahwa:²⁵

“diantaranya itu ada buku tabungan diawal nasabah yang melakukan dan adanya bukti atas penyetoran ataupun penarikan oleh nasabah.”

²² Sulistyowati, Wawancara.

²³ Datuk, Wawancara.

²⁴ Ardhianti, Wawancara.

²⁵ Dinar, Wawancara.

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kapasitas kelengkapan alat dari Tabungan Barokah sudah memenuhi standart yang berlaku. Disebutkan oleh narasumber untuk kelengkapan alat Tabungan Barokah meliputi buku tabungan, slip penyetoran dana, slip penarikan dana, dan Mobile Pay yang sudah terhubung dengan sistem PT. BPRS Magetan.

e. Siklus Hidup Produk

Siklus yang terjadi di Tabungan Barokah dalam mempengaruhi pengembangan produk. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh Christina Widiastuti selaku Kabag. Operasional bahwa:²⁶

“kalau secara perkembangan kita belum berkembang pesat banget ya dek. Sebenarnya Tabungan Barokah itu ke-up tapi dengan *prosentase* yang lebih sedikit (tetap terdapat kenaikan tapi pelan, *slow* begitu dek).”

Pernyataan yang sama juga diungkapkan Azhar Datuk Herman dari bagian *Marketing Funding*, menyatakan bahwa:²⁷

“kalau dibilang berkembang kayaknya Tabungan Barokah itu belum mengalami perkembangan produk dek. Namun fakta di lapangan keberadaan Tabungan itu selalu meningkat tetapi prosentase yang diperoleh itu lebih sedikit dibandingkan produk lainnya.”

Ditambahkan oleh Ma’rufah Sulistyowati dari bagian Kasie

²⁶ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

²⁷ Datuk, Wawancara.

ASN dan *Funding* dalam pernyataannya bahwa:²⁸

“selama ini untuk produk dari tabungan sendiri belum pernah dikembangkan. Namun untuk perkembangan dari Tabungan Barokah tetap ada kenaikan dengan pelan dan prosentase yang sedikit.”

Pernyataan serupa disampaikan oleh Destina Ardhianti dari bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko dan Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat, menyatakan bahwa:²⁹

“siklusnya itu untuk Tabungan Barokah masih tetap menunjukkan adanya peningkatan meskipun pelan dan prosentase dari tabungan ini juga lebih sedikit dek.”

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Tabungan Barokah belum mengalami perkembangan produk secara maksimal. Nasabah di Tabungan Barokah disetiap tahun menunjukkan peningkatan meskipun secara pelan. Akan tetapi untuk prosentase dari Tabungan Barokah ini dinilai lebih sedikit dibandingkan produk lainnya.

f. Keinginan untuk peningkatan *margin*

Keinginan untuk peningkatan *margin* pada Tabungan Barokah maka langkah utama yang dilaksanakan oleh pihak bank yakni mengatur strategi. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh Christina Widiastuti selaku Kabag. Operasional, yang menyatakan bahwa:³⁰

²⁸ Sulistyowati, Wawancara.

²⁹ Destina Ardhianti & Rizka Dinar, Wawancara, March 24, 2023.

³⁰ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

“maka yang kita lakukan adalah dengan melihat dari penempatan dana yang masuk itu, lalu kita olah untuk pembiayaan-pembiayaan yang ada di bank. Jika posisi Tabungan Barokah yang ada semakin tinggi maka yang kita salurkan ke dalam pembiayaan juga tinggi. Dari situ kita bisa atur untuk peningkatan *margin*-nya.”

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ma'rufah Sulistyowati dari bagian Kasie ASN dan *Funding*, menyatakan bahwa:³¹

“dengan cara mencari lebih banyak nasabah lagi, kalau nasabah banyak maka penghimpunana dana yang masuk juga banyak. Perolehan dana dari nasabah yang menabung itu dinamankan dengan dana murah dek. Jadi ketika kita memperoleh dana murah dan pengelolaan dalam produk pembiayaan meluas maka otomatis laba itu juga meningkat.”

Begitu pula pernyataan yang disampaikan Azhar Datuk Herman dari bagian *Marketing Funding*, bahwa:³²

“strategi yang digunakan bisa dengan cara menarik nasabah sebanyak-banyaknya untuk menabung di bank. Karena penghimpunan dana dari produk tabungan termasuk dana murah maka itu menjadi poin yang baik bagi bank dek. Semakin besar perolehan dana murah dari Tabungan Barokah maka semakin besar pula pengelolaan untuk produk pembiyaan yang ada di bank. Dari hasil pengelolaan lewat pembiayaan maka kesempatan bank untuk memaksimalkan peningkatan *margin*.”

Pernyataan serupa disampaikan oleh Destina Ardhianti dari bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko, bahwa:³³

³¹ Sulistyowati, Wawancara.

³² Datuk, Wawancara.

³³ Ardhianti, Wawancara.

“penyaluran dana murah dari Tabungan Barokah ke dalam produk pembiayaan. Dari hasil penyaluran tersebut maka akan menjadi bagian penting untuk meningkatkan margin dari Tabungan Barokah sendiri dek.”

Disamping itu, Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat juga menyampaikan pernyataannya, bahwa:³⁴

“peningkatan margin dari Tabungan Barokah itu melalui penyaluran dana ke dalam produk pembiayaan yang ada di bank ini dek. Perolehan dana dari Tabungan Barokah bisa disalurkan ke seluruh produk pembiayaan milik BPRS Magetan, tapi biasanya penyaluran lebih banyak ke pembiayaan dengan akad mudharabah juga.”

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan PT. BPRS Magetan dalam upaya meningkatkan margin Tabungan Barokah yakni dengan cara menyalurkan dan mengelola dana tersebut pada seluruh pembiayaan yang ada di BPRS Magetan. Pihak bank akan mencari nasabah dengan jumlah yang besar untuk melakukan penghimpunan dana di Tabungan Barokah. Dengan besarnya penghimpunan dana tersebut maka dana murah yang disalurkan dalam produk pembiayaan akan semakin besar pula. Dari situ terdapat peluang bank untuk mengupayakan dengan maksimal dalam meningkatkan margin.

2. Data Perspektif *Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* Terhadap Produk Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

³⁴ Dinar, Wawancara.

Peran produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis di PT. BPRS Magetan yakni dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, dan Threats*).

a. *Strengths* (Kekuatan)

Strengths atau kekuatan yang dimiliki oleh produk Tabungan Barokah terdapat beberapa, diantaranya seperti yang diungkapkan oleh Christina Widiastuti selaku Kabag. Operasional bahwasannya:³⁵

“Kekuatan dari Tabungan Barokah sendiri yakni sebagai salah satu sumber modal di PT. BPRS Magetan. Sehingga modal tersebut dapat digunakan oleh bank untuk dikelola dalam berbagai produk pembiayaan, yang dimana Tabungan Barokah menjadi salah satu faktor yang membantu bank dalam pengembangan bisnis. Sama Tabungan Barokah itu ada nisbah bagi hasilnya dek.”

Hal serupa diungkapkan oleh Destina Ardhianti dari bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko dan Azhar Datuk Herman dari bagian *Marketing Funding* yang menyatakan bahwa:³⁶

“kekuatan dari Tabungan Barokah ada bebas biaya administrasi sama sebagai sumber modal yang disebut dengan dana murah. Dengan adanya dana murah tersebut, maka modal yang dimiliki bank dapat lebih banyak dan modal yang digunakan untuk produk pembiayaan juga semakin meluas.”

Ditambahkan oleh Ma’rufah Sulistyowati dari bagian Kasie ASN dan *Funding* mengenai kekuatan yang ada pada Tabungan

³⁵ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

³⁶ Destina Ardhianti & Azhar Datuk Herman, Wawancara, March 24, 2023.

Barokah dalam pengembangan bisnis:³⁷

“Seperti yang saya katakan, kekuatan di Tabungan Barokah ini adalah sebagai dana murah dan penerapan sistem bagi hasil. Yang dimana dari adanya dana murah dapat menjadi modal besar bagi bank. Penerapan bagi hasil tersebut menjadi faktor yang dapat digunakan bank untuk menarik nasabah. Selain itu, pendapatan bank dari hasil prosentasi bagi hasil bersama nasabah di Tabungan Barokah ini dapat menambah margin dan juga mampu mempengaruhi pengembangan bisnis di PT. BPRS Magetan.”

Begitu pula dengan Rizka Dinar selaku *Customer Service* yang menyampaikan hal serupa:³⁸

“jika adanya penghimpunan dana di Tabungan Barokah itu menjadi salah satu kekuatan bank sebagai modal atau dana murah dalam pengembangan bisnis. Untuk setoran yang ditawarkan ringan”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kekuatan dari produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis adalah melalui perolehan dana murah dan penerapan bagi hasil. Dana murah ini diperoleh dari nasabah yang menabung di Tabungan Barokah. Disebut dana murah karena pihak bank memperoleh penghimpunan dana secara cuma-cuma dari tabungan nasabah. Dana murah tersebut akan dikelola bank ke dalam penyaluran dana diseluruh produk pembiayaan. Dengan demikian, bank akan memperoleh pendapatan atas pembiayaan yang berlangsung dan hasil pendapatan tersebut yang nantinya digunakan untuk bagi hasil bersama nasabah

³⁷ Sulistyowati, Wawancara.

³⁸ Dinar, Wawancara.

Tabungan Barokah. Perolehan margin yang semakin meningkat tentu dipengaruhi oleh perolehan penghimpunan dana dari Tabungan Barokah, yang nantinya hasil pendapatan atau margin dapat mengalami peningkatan. Selain itu, setoran dana ringan dan tidak adanya biaya administrasi pada Tabungan Barokah.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Selain memiliki kekuatan untuk dapat bertahan dalam pengembangan bisnis, produk Tabungan Barokah juga memiliki kelemahan. Dengan demikian, kelemahan dari produk Tabungan Barokah dapat diklasifikasikan yang diantaranya adalah :

Menurut pernyataan yang disampaikan oleh Christina Widiastuti selaku Kabag. Operasional, bahwa:³⁹

“karena kurangnya sosialisasi untuk Tabungan Barokah, jadi pengetahuan masyarakat tentang Tabungan Barokah itu belum begitu maksimal. Sehingga kenaikan di produk Tabungan Barokah tidak signifikan.”

Hal serupa disampaikan pula oleh Destina Ardhianti dari bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko, yang menyatakan bahwa:⁴⁰

“pentingnya sosialisasi untuk mempengaruhi pengembangan bisnis suatu perusahaan. Tapi pada kenyataannya di PT. BPRS Magetan untuk sosialisasi Tabungan Barokah itu masih sangat minim, sehingga berpengaruh pada minimnya juga pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan tersebut.”

Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat juga

³⁹ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

⁴⁰ Ardhianti, Wawancara.

menyampaikan hal yang sama:⁴¹

“kurangnya sosialisasi Tabungan Barokah kepada masyarakat sehingga masih banyak sekali masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan produk tabungan tersebut. Karena minim pengetahuan masyarakat maka menjadi kelemahan untuk Tabungan Barokah sendiri.”

Begitu pula pernyataan yang ditambahkan oleh Ma'rufah Sulistyowati dari bagian Kasie ASN dan *Funding*, bahwa:⁴²

“karena banyak nasabah yang menginginkan adanya ATM, jadi untuk kelemahan di Tabungan Barokah itu karena belum tersedianya fasilitas berupa ATM. Sedangkan di bank-bank lain itu sudah tersedia ATM ya, jadi kalau sudah ada fasilitas ATM kemungkinan besar dapat mempermudah aktivitas nasabah dalam bertransaksi. Sebenarnya ini tidak hanya di Tabungan Barokah saja dek, tapi berlaku juga untuk produk lainnya. Karena memang dari PT. BPRS Magetan belum menyediakan fasilitas tersebut.”

Pernyataan yang sama juga disampaikan Azhar Datuk Herman dari bagian *Marketing Funding*, menyatakan bahwa:⁴³

“belum adanya fasilitas berupa ATM di bank sini, jadi ini menjadi salah satu kelemahannya. Karena hampir semua nasabah menanyakan fasilitas tersebut dek. Kalau ada ATM kan bisa jadi mempermudah nasabah untuk bertransaksi ya.”

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa hal yang menjadi faktor adanya kelemahan dari produk Tabungan Barokah adalah kurangnya sosialisai dan kurangnya fasilitas dalam bidang

⁴¹ Dinar, Wawancara.

⁴² Sulistyowati, Wawancara.

⁴³ Datuk, Wawancara.

teknologi. Minimnya sosialisasi tentang produk Tabungan Barokah ternyata sangat berpengaruh pada pengetahuan masyarakat mengenai tersedianya produk tersebut. Pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum mengenal dan mengetahui adanya Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan. Selain itu, fasilitas dibidang teknologi tentu saat ini menjadi kelemahan juga bagi Tabungan Barokah. Karena fasilitas berupa ATM sampai saat ini belum tersedia di PT. BPRS Magetan, sedangkan pihak bank seringkali dimintai fasilitas ATM oleh nasabah Tabungan Barokah.

c. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities atau peluang merupakan salah satu aspek yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam melakukan pengembangan dan proses dalam memajukan bisnisnya.

Diungkapkan oleh Ma'rufah Sulistyowati dari bagian Kasie ASN dan *Funding* mengenai peluang dari Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis:⁴⁴

“karena Tabungan Barokah itu termasuk dana murah yang diperoleh PT. BPRS Magetan dek. Dengan adanya dana murah maka membantu bank untuk modal yang akan digunakan atau dikelola dalam produk pembiayaan. Selain itu, nasabah kita itu banyak yang menjadi nasabah penabung dek. Jadi itu menjadi peluang besar di Tabungan Barokah ini.”

Pernyataan serupa disampaikan oleh Azhar Datuk Herman

⁴⁴ Sulistyowati, Wawancara.

dari bagian *Marketing Funding* dan Destina Ardhianti dari bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko, bahwa:⁴⁵

“rata-rata masyarakat disini itu semangat untuk menabung dek, maka ini menjadi salah satu peluang untuk produk Tabungan Barokah. Selain itu juga karena target pemasaran kita untuk semua kalangan maka ini juga bisa menjadi peluang Tabungan Barokah”

Ditambahkan dari pernyataan Christina Widiastuti selaku Kabag. Operasional dan Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat, bahwa:⁴⁶

“Kalau Tabungan Barokah bisa lebih eksis terus dimaksimalkan lagi dalam sosialisasi, maka itu bisa menjadi peluang untuk Tabungan Barokah agar peningkatannya terus menunjukkan ke arah yang signifikan. Dan juga karena pangsa pasar kita semua kalangan ini juga nggak menutup batasan untuk menjadi nasabah di Tabungan Barokah.”

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa peluang produk Tabungan Barokah untuk pengembangan bisnis yakni sebagai modal yang diperoleh atas dana murah yang diperoleh bank. Modal dari dana murah ini yang nantinya akan disalurkan dan dikelola secara maksimal ke dalam produk pembiayaan. Posisi target pemasaran Tabungan Barokah yang ditujukan untuk segala jenis kalangan juga menjadi salah satu peluang Tabungan Barokah. Selain itu, adanya pemaksimalan sosialisasi maka produk Tabungan Barokah dapat lebih

⁴⁵ Azhar Datuk Herman & Destina Ardhianti, Wawancara, March 24, 2023.

⁴⁶ Cristina Widyastuti & Rizka Dinar, Wawancara, March 24, 2023.

eksis dikalangan masyarakat. Dan dengan adanya banyak peminat untuk menabung, disatu sisi berpengaruh pada Tabungan Barokah yang dikenal masyarakat luas serta pengetahuan masyarakat tentang keberadaan Tabungan Barokah milik PT. BPRS Magetan dapat dimaksimalkan.

d. *Threats* (Ancaman)

Threats atau ancaman merupakan suatu hal yang mengakibatkan timbulnya ancaman dari kegiatan bisnis, yang biasanya berasal dari luar perusahaan. Adapun ancaman yang harus dihadapi produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis di PT. BPRS Magetan, meliputi :

Diungkapkan oleh Ma'rufah Sulistyowati dari bagian Kasie ASN dan *Funding* mengenai peluang yang ada pada Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis:⁴⁷

“jika tidak dilakukannya update di IT, tentu saja produk kita akan tertinggal. Karena di IT kita bisa mengupdate perihal fasilitas ATM atau sejenisnya dan pada dasarnya fasilitas tersebut sangat bermanfaat bagi nasabah dalam mempermudah transaksi. Persaingan internal produk yang sama-sama dari BPRS dan juga eksternal bank juga semakin intens dek”

Ditambahkan dengan pernyataan Christina Widiastuti selaku Kabag. Operasional tentang produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis:⁴⁸

“ancamannya, ketika kita tidak bisa mengikuti arus ke yang

⁴⁷ Sulistyowati, Wawancara.

⁴⁸ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

lebih modern dan efisien tentu bisa menyebabkan perubahan selera konsumen. Sehingga dikhawatirkan nasabah akan berpindah hati ke bank yang lainnya dan tentu itu menjadi ancaman.”

Begitu juga pernyataan yang disampaikan Azhar Datuk Herman dari bagian *Marketing Funding*, bahwa:⁴⁹

“ketika bagian IT belum bisa secara maksimal mengikuti perkembangan yang semakin maju, maka itu bisa jadi ancaman Tabungan Barokah yang sampai saat ini fasilitas teknologinya secara sah belum tersedia.”

Pernyataan serupa disampaikan oleh Destina Ardhianti dari bagian Kepatuhan & Manajemen Risiko dan Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat, bahwa:⁵⁰

“dikhawatirkan perubahan selera dari konsumen untuk berpindah ke produk tabungan lainnya, bisa jadi ancaman di Tabungan Barokah dek. Maka dari itu bank akan terus meng-*upgrade* Tabungan Barokah agar kualitas dan kuantitas terus meningkat dek. Diharapkan dengan begitu bisa meminimalisir ancaman dek.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa ancaman yang terjadi dalam Tabungan Barokah untuk pengembangan bisnis yakni keberadaan IT di Tabungan Barokah dibandingkan dengan munculnya teknologi yang lebih canggih. Agar produk tersebut dapat mengikuti perkembangan teknologi seperti bank-bank lainnya. Belum tersedianya ATM Tabungan Barokah juga menjadi ancaman pihak bank, karena kemudahan dan efisiensi dalam

⁴⁹ Herman, Wawancara.

⁵⁰ Destina Ardhianti & Rizka Dinar, Wawancara, March 24, 2023.

bertransaksi belum benar-benar terjamin. Begitu pula banyak nasabah yang menanyakan ketersediaan ATM Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan.

3. Data Strategi Bisnis yang Sesuai Berdasarkan Analisis SWOT terhadap Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

Strategi bisnis yang digunakan oleh PT. BPRS Magetan yakni melalui dua strategi yang meliputi strategi operasi dan pemasaran. Strategi operasi berfokus pada rancangan untuk SDM yang berpengaruh pada bank. Sedangkan untuk strategi pemasaran berfokus pada rancangan yang digunakan dalam memasarkan produk Tabungan Barokah.

Pernyataan yang disampaikan Christina Widiastuti selaku Kabag. Operasional, menyatakan bahwa:⁵¹

“strategi operasi kita lebih ke penekanan pada peningkatan profesionalisme, produktivitas, dan integritasnya dek. Peralatan yang digunakan oleh karyawan untuk saat ini sudah bisa dibilang mampu memenuhi kebutuhan untuk produk tabungan itu sendiri. Kalau strategi pemasaran yang digunakan salah satunya sosialisasi.”

Disamping itu, Ma'rufah Sulistyowati bagian dari Kasie ASN dan *Funding* yang menambahkan pernyataannya, bahwa:⁵²

“strategi operasinya yang paling utama dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan dulu dek, selepas itu dengan meningkatkan profesionalisme melalui *Competence Base Human Resocuse Management*. Selain itu, pemanfaatan peralatan guna mendukung Tabungan Barokah untuk saat ini lumayan membantu karyawan dek, jadi sudah cukup tapi

⁵¹ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

⁵² Sulistyowati, Wawancara.

masih membutuhkan update lebih terkini lagi. Untuk strategi pemasaran yang ditawarkan itu melalui sosialisasi, penyebaran brosur, dan promosi melalui akun sosial media milik bank.”

Begitu pula pernyataan yang disampaikan oleh Destina Ardhianti bagian dari Kepatuhan & Manajemen Risiko, bahwasannya:⁵³

“strategi operasi itu dalam pemanfaatan SDM ya, itu kita lebih ke peningkatan kompetensi disetiap karyawan dulu. Kalau untuk fasilitas pelengkap tabungan, sudah ada tapi masih memerlukan peralatan yang lebih terkini lagi. Sedangkan untuk strategi pemasarannya dengan melakukan sosialisasi dek, sosialisasi ini dilakukan dalam pasar, kantor, dan sekolah.”

Pernyataan yang sama disampaikan Rizka Dinar selaku *Customer Service* pusat, bahwa:⁵⁴

“iya salah satunya kalau strategi operasi itu berkaitan sama profesionalisme masing-masing karyawan ya. Ada juga pada produktivitas dan integritas yang dimiliki setiap karyawan dalam segala bentuk kinerjanya. Sosialisasi itu disini jadi strategi pemasaran yang paling sering dilaksanakan dek, selain itu juga ada promosi kecil-kecilan lewat sosial media dan bisa juga dengan memberi hadiah sebagai apresiasi kecil untuk nasabah.”

Pernyataan serupa diatas juga disampaikan Azhar Datuk Herman dari bagian *Marketing Funding*, menyatakan bahwa:⁵⁵

“melalui peningkatan kompetensi dari setiap karyawannya dek dan untuk peralatan yang digunakan karyawan untuk menunjang produk Tabungan Barokah itu sudah cukup membantu ya saat ini. Perihal peralatan yang digunakan untuk transaksi, karyawan sudah memanfaatkan dengan baik juga.

⁵³ Ardhianti, Wawancara.

⁵⁴ Dinar, Wawancara.

⁵⁵ Datuk, Wawancara.

Kalau untuk pemasaran yang paling sering dilakukan ya sosialisasi kepada masyarakat dan promosi lewat sosial media milik bank.”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis yang sesuai berdasarkan analisis SWOT terhadap Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan yakni melalui strategi operasi dan pemasaran. PT. BPRS Magetan menggunakan strategi operasi untuk membantuk peningkatan kualitas dari setiap SDM dengan cara meningkatkan profesionalisme melalui *Competence Base Human Resource Management*, produktivitas, dan integritas. Selain itu, dalam mendukung produk Tabungan Barokah maka pihak bank menggunakan peralatan untuk membantu karyawan agar mempermudah transaksi nasabah. Sedangkan untuk pemasarannya sendiri pihak bank melakukan beberapa strategi yang meliputi sosialisasi, dan promosi atau penyebaran pamphlet melalui akun sosial media milik bank.



BAB IV

ANALISIS SWOT TERHADAP TABUNGAN BAROKAH DALAM PENGEMBANGAN BISNIS PT. BPRS MAGETAN

A. Analisis Faktor Pendukung yang Mempengaruhi Perkembangan Produk Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan

Terjadinya pengembangan produk disebabkan oleh faktor pendukung pada sebuah perusahaan. Dalam mempertahankan produk tersebut maka perlu adanya pengembangan produk melalui modifikasi, penyempurnaan produk, dan penggunaan merk atau produk baru. Kondisi pengembangan produk dalam lingkungan bisnis.

Beberapa faktor yang dapat mendorong sebuah perusahaan untuk melaksanakan pengembangan produk, dengan adanya beberapa faktor tersebut harus dilakukan pertimbangan secara matang agar pengembangan produk dapat dilaksanakan secara maksimal. Faktor pendukung dalam pengembangan produk meliputi:¹

1. Perkembangan Teknologi

Kehadiran teknologi mampu membuat seluruh proses mulai dari produksi, pemasaran, distribusi, dan bisnis menjadi lebih efektif serta efisien. Koneksi dalam setiap aktivitas yang dibangun mampu menghubungkan para pelaku bisnis untuk mengakses modal dan pangsa pasar baru. Pemasaran Digital melalui pendekatan pemasaran baru dalam membantu para pemasar untuk

¹ Rozarie, "MANAJEMEN PENGEMBANGAN BISNIS:," 14.

mengantisipasi ataupun mengelola dari dampak teknologi tersebut.² Dari situ terlihat bahwasannya tercipta sebuah konsep yang mengkombinasikan antara interaksi *online* dengan interaksi *offline* yang digunakan oleh perusahaan ataupun pelanggan. Akan tetapi pada kenyataannya posisi interaksi secara *online* menunjukkan perkembangan sedangkan interaksi *offline* terjadi sebuah titik diferensiasi yang kuat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT. BPRS Magetan, perkembangan teknologi yang digunakan oleh karyawan bank dalam Tabungan Barokah sudah di upgrade sesuai perkembangan jaman. Dikatakan bahwa awal teknologi yang digunakan yakni mesin EDC untuk mempermudah karyawan dalam memproses transaksi penghimpunan dana Tabungan Barokah dari nasabah di lapangan. Saat ini, teknologi yang digunakan pihak bank telah sampai pada pengoperasian aplikasi mobile banking milik bank sendiri. Namun pada faktanya, teknologi berupa aplikasi tersebut hanya digunakan oleh karyawan PT. BPRS Magetan dan belum sampai ditangan nasabah. Maka dari itu, PT. BPRS Magetan belum memanfaatkan dan memberikan fasilitas berupa teknologi secara maksimal dalam penghimpunan dana Tabungan Barokah.

Sehingga kesimpulan antara teori dengan data yang

² Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan, *Marketing 4.0: moving from traditional to digital* (Hoboken, New Jersey: Wiley, 2017).

diperoleh peneliti yakni belum tersedianya layanan atau fasilitas dengan memanfaatkan teknologi. Penggunaan teknologi masih pada karyawan belum sampai pada nasabah. Akan tetapi penggunaan teknologi oleh karyawan memberikan pengaruh positif kepada nasabah dalam mempermudah transaksi penghimpunan dana dari Tabungan Barokah. Apabila pihak bank tidak memberikan fasilitas tersebut maka perkembangan teknologi belum efektif dan efisien. Sehingga perlu adanya koreksi dan pelaksanaan penggunaan aplikasi melalui teknologi pada Tabungan Barokah yang digunakan oleh nasabah.

2. Perubahan Selera Konsumen

Keterkaitan antara perubahan selera konsumen dalam sebuah produk yakni dapat mempengaruhi terjadinya penurunan keinginan konsumen dalam melakukan pembelian atau transaksi. Perubahan selera konsumen merupakan bagian dari faktor eksternal yang terjadi diluar kendali suatu perusahaan, tentunya berkaitan dengan keinginan dari setiap konsumen dalam bertransaksi atau pembelian produk.³ Faktanya perubahan selera konsumen terjadi diakibatkan karena kurangnya kepekaan pihak bank dalam menganalisa minat nasabah terhadap produk-produk tabungan yang dimiliki. Nasabah biasanya berubah selera karena adanya produk baru yang ditawarkan oleh pihak bank, rasa penasaran dari setiap nasabah muncul dan

³ Nitisemiti, *Mengatasi Turunnya Omzet Penjualan* (Salemba Empat, 2006).

menggiring mereka untuk mencoba produk baru tersebut. Dengan demikian selera diartikan sebagai keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu.⁴ Nasabah di PT. BPRS Magetan mudah sekali tergiur dengan produk baru yang ditawarkan oleh pihak bank. Di mana hal tersebut dapat memicu nasabah dalam hal perubahan selera dan dapat pula memicu penurunan penjualan pada produk lama khususnya Tabungan Barokah.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa produk Tabungan Barokah di PT. BPRS Magetan menindaklanjuti perubahan selera konsumen tersebut melalui beberapa tahapan. Tahap pertama dengan menganalisa pemicu menurunnya minat nasabah pada produk Tabungan Barokah. Tahap kedua dengan melakukan studi banding antar produk yang dimiliki PT. BPRS Magetan, hal ini untuk menyelaraskan minat nasabah dari satu produk dengan produk-produk lainnya. Tahap terakhir dengan mengolah kembali produk Tabungan Barokah, agar produk tersebut tidak mengalami penurunan penjualan.

Berdasarkan teori dan hasil data maka peneliti menganalisis bahwa perlunya penyampaian melalui sosialisasi kepada masyarakat, untuk menambah pengetahuan mereka mengenai Tabungan Barokah yang dimiliki PT. BPRS Magetan. Pentingnya

⁴ Ibid.

masyarakat mendapatkan pengetahuan dari pihak bank, agar memudahkan nasabah dalam mengenal produk-produk yang ada di bank. Dengan demikian, pelaksanaan sosialisasi dapat membantu pihak bank dalam memperkenalkan dan mempromosikan Tabungan Barokah kepada masyarakat luas.

3. Persaingan

Persaingan merupakan sebuah kondisi dari perusahaan ataupun perorangan yang berlomba-lomba dalam mencapai suatu tujuan seperti perolehan konsumen, pangsa pasar yang luas, peringkat survei, dan sumber daya yang dibutuhkan.⁵ Dalam kamus manajemen, persaingan diartikan sebagai usaha dari dua atau lebih pihak perusahaan yang masing-masing bergiat untuk mendapatkan pesanan dengan cara melakukan penawaran harga dan syarat yang dinilai paling menguntungkan. Dalam hal ini persaingan terdiri dari beberapa bentuk seperti pemotongan harga, promosi, variasi dan kualitas, inovasi pada kemasan dan desain, serta adanya segmentasi pasar.⁶

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwasannya persaingan yang terjadi pada produk Tabungan Barokah berada didalam internal perusahaan. Yang artinya produk Tabungan Barokah bersaing dengan produk-produk

⁵ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005), 86.

⁶ B.N Maribun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 276.

tabungan lainnya milik PT. BPRS Magetan. Dikatakan bahwa persaingan ketat berada pada produk Tabungan Amanah dan juga produk baru yakni Tabungan Jimpitan.

Berdasarkan teori dan hasil data diatas maka peneliti menganalisis bahwa persaingan terjadi didalam internal bank, yang pada dasarnya sama-sama berupa produk tabungan. Sedangkan persaingan sendiri membawa arus perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam hal konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, dan sumber daya. Maka ketika pihak bank ingin mencapai peningkatan konsumen, tindakan yang dilakukan yakni dengan melakukan sebuah inovasi untuk menciptakan variasi baru dan juga kualitas yang baik. Dalam pencapaian perluasan pangsa pasar dan survei, maka hal yang dilakukan yakni dengan melakukan sosialisasi produk Tabungan Barokah kepada masyarakat yang menjadi target produk ini. Selain itu, dapat dilakukan pula melalui promosi melalui penyebaran brosur dan pemanfaatan media sosial (*whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *website*). Dikatakan bahwa target produk Tabungan Barokah meliputi pedagang atau pemilik usaha, masyarakat biasa, dan pihak-pihak yang berada di sekolah atau kantor.⁷ Sedangkan untuk pencapaian pada sumber daya tentu sesuai dengan yang dibutuhkan dalam persaingan Tabungan Barokah, pihak apa saja yang diperlukan untuk tetap mempertahankan posisi

⁷ Sulistyowati, Wawancara.

produk tersebut. Sumber daya tersebut dapat ditekankan pada pihak *marketing funding* dalam membantu mencari dan mensosialisasikan produk Tabungan Barokah.

4. Kapasitas Kelengkapan Alat

Proses perencanaan kapasitas merupakan ramalan sebagai tuntutan dimasa mendatang (kemungkinan terjadinya dampak dari teknologi, persaingan dan kejadian lainnya), ramalan menjadi persyaratan pada kapasitas fisik, macam-macam perencanaan kapasitas berhubungan dengan persyaratan, melakukan analisa ekonomi dari macam-macam rencana tersebut, memperhatikan resiko yang akan terjadi, dan menentukan rencana untuk mengimplementasikan.⁸ Kelengkapan produk adalah suatu hal yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, dan juga dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan ataupun kebutuhan.⁹ Kelengkapan alat merupakan fasilitas yang digunakan dalam menunjang kualitas kelengkapan produk. Dengan adanya kapasitas kelengkapan alat nantinya dapat menjadi salah satu pengaruh nasabah dalam memutuskan pengambilan produk.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa kelengkapan alat yang ditawarkan produk Tabungan Barokah yakni berupa buku tabungan, slip bukti setoran

⁸ Elwoods S. Buffa, *Manajemen Produksi atau Operasi*, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2001).

⁹ Philip Kotler & Gray Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008), 345.

tunai, dan slip atas penarikan tunai. Dikatakan bahwa fasilitas dalam pemenuhan kapasitas kelengkapan alat tersebut sudah sesuai dengan standart yang berlaku.¹⁰ Selain kelengkapan alat diatas disebutkan juga bahwa PT. BPRS Magetan juga memberikan fasilitas berupa *mobile banking* dan juga mesin EDC yang dipegang oleh karyawan.

Berdasarkan teori dan hasil data diatas maka peneliti menganalisis bahwa kelengkapan alat yang ditawarkan oleh produk Tabungan Barokah sudah termasuk dalam proses perencanaan kapasitas. Ramalan untuk kemungkinan dampak dari teknologi dan persaingan yang akan terjadi dimasa mendatang, dari pihak bank telah memberikan solusi dan penawaran dalam penggunaan mesin EDC ataupun *mobile banking* dalam memenuhi kapasitas alat. Namun karena perihal keterbatasan penggunaan *mobile banking* oleh nasabah maka resiko yang dihadapi Tabungan Barokah yakni dapat menurunkan minat nasabah. Hal tersebut karena tuntutan perkembangan jaman kepada para pemilik perusahaan untuk terus mengedepankan adanya teknologi untuk mempermudah nasabah. Solusi yang ditawarkan yakni dengan memperluas akses *mobile banking*, agar nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi.

5. Siklus Hidup Produk

Siklus hidup produk mengacu pada empat tahapan evolusi

¹⁰ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

dalam pembuatan dan penjualan produk.¹¹ Pada tahap pengenalan maka perusahaan akan merancang ide-ide produk baru yang akan diluncurkan ke lapangan sesuai dengan target pangsa pasar. Pada tahap pertumbuhan dan perkembangan, posisi produk telah diterima oleh pasar dan perusahaan berkewajiban untuk meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Pada tahap kedewasaan maka penjualan dan keuntungan yang diperoleh telah mencapai puncak serta perlu adanya modifikasi pada produk. Pada tahap penurunan, telah terjadi penurunan penjualan dan perlu adanya inovasi produk untuk meminimalisir terjadinya risiko pada bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa prosentase pendapatan yang diperoleh dari Tabungan Barokah masih menunjukkan angka yang kecil (sedikit). Meskipun fakta di lapangan untuk jumlah nasabah Tabungan Barokah sendiri disetiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal tersebut yang membuat pihak bank melakukan pengembangan produk, karena memang sampai saat ini belum ada tindakan untuk pengembangan produk pada Tabungan Barokah. Perlu adanya analisa ulang mengenai faktor yang menyebabkan tidak terjadinya peningkatan pada prosentase pendapatan penghimpunan dana melalui produk Tabungan Barokah.

¹¹ Yi Zhang & Wei Feng, "SMEs' Charismatic Leadership, Product Life Cycle, Environmenteal Performance, and Financial Performance: A Mediated Moderation Model," *Journal of Cleaner Production*, 127147, 2021.

Berdasarkan teori dan hasil data yang diperoleh maka peneliti menganalisis bahwa produk Tabungan Barokah untuk saat ini berada pada tahap penurunan. Walaupun fakta dari jumlah nasabah sendiri mengalami peningkatan akan tetapi peningkatan tersebut tidak mempengaruhi pada prosentase pendapatan. Dari hal tersebut maka PT. BPRS Magetan perlu melakukan penginovasian pada produk agar menciptakan variasi-variasi baru untuk membantu meningkatkan prosentase. Selain itu, dalam mempengaruhi siklus hidup produk maka pihak bank juga harus melakukan sosialisasi secara rutin untuk menyebarluaskan produk Tabungan Barokah tersebut.

6. Keinginan untuk Meningkatkan Margin

Laba atau rugi pada dasarnya sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk melakukan penilaian prestasi suatu perusahaan atau juga sering digunakan untuk dasar penilaian hal lainnya. Unsur yang menjadi bagian dalam pembentukan laba yakni biaya dan pendapatan. Berbagai interpretasi dengan laba akuntansi diharapkan dapat digunakan sebagai indikator efisiensi penggunaan dana yang tertanam yang diwujudkan dalam investasi, pengukur prestasi ataupun kinerja badan usaha, penentuan besar pengenaan pajak, alat pengendali alokasi sumber daya ekonomi, penentuan kelayakan tarif, alat motivasi manajemen, dan sebagai dasar pembagian

dividen.¹² Sistem bagi hasil yang dijalankan perbankan syariah dapat mengurangi resiko *negatif spread*, tetapi disisi lain adanya ketidakpastian perolehan pendapatan maka dapat menyebabkan resiko pendapatan bank. Margin merupakan kenaikan modal yang keberadaannya berasal dari transaksi sampingan atau jika didalam Tabungan Barokah diperoleh dari penyaluran dana ke dalam produk pembiayaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa keinginan untuk meningkatkan margin, dengan ini pihak bank melakukan pengelolaan pada penghimpunan dana pada Tabungan Barokah. PT. BPRS Magetan, mengatur strategi tersebut dengan melakukan penyaluran dana ke dalam seluruh produk pembiayaan. Namun dikatakan pula bahwa untuk penyaluran dari penghimpunan dana ke dalam produk pembiayaan disesuaikan dengan akad yang digunakan, misalkan Tabungan Barokah maka untuk penyalurannya ke pembiayaan yang menggunakan akad mudharabah.¹³

Berdasarkan teori dan hasil data yang diperoleh maka peneliti menganalisis bahwa penyaluran dana dari Tabungan Barokah tidak bisa dilakukan jika hanya disalurkan ke dalam pembiayaan dengan akad mudharabah saja. Maka alangkah lebih

¹² Suwardjono, *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2005), 456.

¹³ Sulistyowati, Wawancara.

baik dan efektif ketika penyalurannya dilakukan ke seluruh produk pembiayaan yang dimiliki. Selain itu, demi terciptanya peningkatan margin maka pihak bank membutuhkan lebih banyak nasabah untuk menabung di Tabungan Barokah. Dengan demikian dapat membantu bank untuk memperluas penyaluran dana dan margin yang diperolehpun lebih besar serta berpengaruh juga pada nisbah bagi hasil yang didapatkan. Upaya yang dapat dilakukan bank yakni dengan melakukan sosialisasi produk Tabungan Barokah kepada masyarakat.

B. Analisis Perspektif *Strengths, Weakness, Opportunities*, dan *Threats* Terhadap Produk Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

Menurut Irham Fahmi, faktor internal mempengaruhi gambaran terbentuknya kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal mempengaruhi gambaran terbentuknya peluang dan ancaman.¹⁴ Peran penting perusahaan dalam mempermudah pengambilan keputusan melalui analisis faktor internal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan, yang mana faktor internal ini berkaitan dengan kondisi yang terjadi di dalam perusahaan. Sedangkan faktor eksternal berpengaruh pada kondisi yang terjadi di luar perusahaan.

¹⁴ Irham Fahmi, *Manajemen Resiko* (Bandung: Alfabeta, 2015), 220.

1. *Strenghts*

Strenghts merupakan kondisi yang merumuskan sebuah kekuatan dan akan disalurkan dalam suatu organisasi. Faktor kekuatan disini menjadi poin terpenting atau sebagai keunggulan yang dimiliki suatu produk dalam perusahaan. Sehubungan dengan hal tersebut maka mudah terlihat apabila suatu perusahaan memiliki keistimewaan dalam kreativitas dan dapat pula melihat kelemahan dari pesaing serta dapat merumuskan *stakeholders* ataupun konsumen.¹⁵ Melalui kondisi ini maka dapat mencari dan menentukan karakteristik perusahaan yang menunjukkan sebagai kekuatannya, yang artinya mampu memberikan kelebihan bagi perkembangan bisnis suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa produk Tabungan Barokah menjadi salah satu penghimpun dana murah, yang dapat menyalurkan atau mengalokasikan dana tersebut pada seluruh produk pembiayaan. Ketika dana murah ini disalurkan ke dalam pembiayaan maka akan memperoleh margin dan dapat menerapkan nisbah bagi hasil dengan nasabah. Prosentase nisbah bagi hasil yang ditawarkan sesuai dengan riwayat bulan sebelumnya, semakin tinggi pendapatan bank maka semakin tinggi pula nisbah bagi hasil yang diperoleh.¹⁶

¹⁵ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman* (Malang: Quadrant, 2016), 13.

¹⁶ Widiastuti, Wawancara, 24 Maret 2023.

Berdasarkan teori dan hasil data diatas, maka peneliti menganalisis bahwa kekuatan dari Tabungan Barokah cukup baik untuk menjadi salah satu faktor yang membantu pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan. Karena dengan adanya dana murah yang diperoleh dari penghimpunan dana maka dapat menjadi modal besar bagi pihak bank dalam pengelolaan dan penyalurannya. Banyaknya modal yang digunakan untuk penyaluran di pembiayaan dapat menjadi peluang besar pihak bank dalam pengembangan bisnis. Selain itu, dapat mempengaruhi besarnya pendapatan yang diperoleh bank atas pengelolaan dana nasabah. Dengan demikian penerapan nisbah bagi hasil di Tabungan Barokah dapat menjadi dampak positif juga untuk menarik nasabah dalam memilih produk penghimpunan dana. Selain itu Tabungan Barokah juga memberikan kemudahan nasabah dalam melakukan setoran tunai dan penarikan dana, serta bebas biaya administrasi. Sehingga dengan adanya kekuatan ini harusnya dapat mendukung produk Tabungan Barokah dalam mengembangkan bisnis PT. BPRS Magetan.

2. *Weakness*

Weakness merupakan suatu kondisi yang menggambarkan kelemahan perusahaan atau pada rencana yang ada maupun berjalan saat ini.¹⁷ Pada dasarnya adanya kelemahan itu merupakan sebuah hal yang

¹⁷ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2016), 110.

wajar, akan tetapi hal tersebut tidak boleh dianggap remeh. Maka dari itu perusahaan perlu meminimalisir adanya kelemahan-kelemahan tersebut, bahkan perlu dilakukannya perubahan dari kelemahan menjadi peluang besar untuk perusahaan. Perlu ditemukan unsur karakteristik dalam perusahaan yang menjadi pengaruh kelemahan dan pada hakikatnya dapat menghambat laju perkembangan bisnis suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara bersama beberapa karyawan, faktor yang menjadi kelemahan Tabungan Barokah yakni terletak pada kurangnya sosialisais dari pihak bank. Seperti yang dikatakan oleh Destina bahwa masyarakat belum banyak yang tahu tentang produk Tabungan Barokah, pengetahuan masyarakat untuk produk tersebut sangat minim dan pihak bank sendiri tidak maksimal dalam sosialisasi.¹⁸ Selain itu, dari bank sendiri belum secara penuh memberikan fasilitas dalam pemanfaatan teknologi seperti bank-bank lain. Banyak juga nasabah yang menanyakan perihal penyediaan ATM di Tabungan Barokah.¹⁹

Berdasarkan hasil teori dan data diatas, maka peneliti menganalisis bahwa kelemahan inilah yang menyebabkan Tabungan Barokah kurang berkembang. Hal ini karena pengetahuan masyarakat tentang Tabungan Barokah sangat kurang dan masyarakat yang kurang

¹⁸ Ardhianti, Wawancara.

¹⁹ Sulistyowati, Wawancara.

inisatif dalam mencari informasi tentang apa produk Tabungan Barokah. Hal ini menjadikan produk Tabungan Barokah belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga pihak bank perlu mengadakan sosialisasi dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk Tabungan Barokah. Dengan harapan masyarakat menjadi tahu keberadaan Tabungan Barokah dan membantu masyarakat menambah wawasan tentang produk-produk dari PT. BPRS Magetan. Selain itu, pihak bank juga harus segera menindak lanjuti perihal teknologi yang belum digunakan dengan baik dan fasilitas ATM yang diharapkan oleh nasabah. Dengan demikian akan membantu pihak bank dalam memposisikan Tabungan Barokah sebagai salah satu faktor pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan.

3. *Opportunities*

Opportunities merupakan campuran antara kemampuan internal milik sebuah perusahaan dan modal yang dibangun dalam satu pikiran untuk menciptakan sesuatu dalam memenuhi kebutuhan konsumen ataupun produsen.²⁰ Peluang dapat diartikan sebagai unsur ekstrinsik atau kondisi yang berasal dari luar perusahaan. Perlu adanya pencarian unsur karakteristik tentu yang berkaitan dengan peluang dari lingkungan sekitar perusahaan, sehingga dapat mendorong perusahaan untuk mengalami pengembangan bisnis atau kemajuan.

²⁰ Bije Widjayanto, *Cara Aman Memulai Bisnis* (Jakarta: Grasindo, 2009), 86.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa karyawan, peluang Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis yakni berpeluang untuk menarik masyarakat menjadi nasabah di Tabungan Barokah. Karena produk Tabungan Barokah ini ditujukan kepada semua kalangan maka peluang tersebut berpengaruh besar pada Tabungan Barokah. Nasabah kita dan masyarakat Magetan termasuk dalam nasabah yang suka menabung, sehingga Tabungan Barokah juga berpeluang untuk diminati nasabah.²¹

Berdasarkan teori dan hasil data diatas, maka peneliti menganalisis bahwa peluang yang dimiliki Tabungan Barokah cukup besar dan harus dimanfaatkan secara baik. Karena keberadaan Tabungan Barokah ditujukan untuk semua kalangan dan tanpa adanya batasan-batasan untuk menjadi nasabah. Selain itu, besarnya minat masyarakat dalam menabung juga dapat menjadi peluang besar bagi Tabungan Barokah. Persyaratan yang ditawarkan produk Tabungan Barokah tersebut dapat mempengaruhi peluang minat masyarakat untuk menabung diproduk Tabungan Barokah.

4. *Threats*

Threats merupakan hambatan utama pada perusahaan dalam mewujudkan harapan untuk saat ini dan waktu mendatang. Apabila ancaman tersebut tidak segera ditangani maka akan berakibat fatal pada perusahaan, di mana ancaman sendiri dapat dilihat dari tingkat

²¹ Sulistyowati, Wawancara.

keparahan dan kemungkinan yang terjadi.²² Faktor ancaman merupakan bagian dari faktor eksternal perusahaan, pencarian karakteristik yang berkaitan dengan ancaman dari luar perusahaan dan memungkinkan untuk menghambat situasi perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa karyawan, ancaman yang dihadapi Tabungan Barokah yakni pemanfaatan IT dalam pemaksimalan fasilitas untuk para penabung. Para pesaing yang lebih dulu menggunakan teknologi tentu menjadi ancaman besar karena dengan penggunaan teknologi semua transaksi dapat dilakukan secara praktis dan efisien. Selain itu pesaing dari internal dan eksternal bank juga dapat menjadi ancaman untuk produk Tabungan Barokah.

Berdasarkan teori dan hasil data diatas, peneliti menganalisis bahwa ancaman ini yang menjadi penghambat Tabungan Barokah dalam proses pengembangan bisnis. PT. BPRS Magetan yakni banyaknya pesaing yang memiliki teknologi lebih canggih dan pihak bank dalam Tabungan Barokah harus segera menindak lanjuti pengupdatean IT, karena menjadi salah satu faktor dalam perkembangan bisnis dan tuntutan jaman yang harus diikuti. Tujuannya untuk mempermudah akses nasabah dalam melakukan transaksi dan juga meminimalisir terjadinya perubahan selera dari para nasabah. Hal

²² Fatimah, *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*, 18.

tersebut juga agar Tabungan Barokah dapat beroperasi dengan baik dan dapat berpengaruh baik juga dalam pengembangan bisnis.

Tabel 4. 1
IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Strenghts				
1	Modal (dana murah) dalam pembiayaan	0.15	2.80	0.41
2	Setoran ringan	0.15	2.80	0.41
3	Adanya sistem bagi hasil	0.15	2.80	0.41
4	Bebas biaya administrasi	0.15	2.80	0.41
	Jumlah Strenghts			1.64
Weakness				
1	Produk belum banyak dikenal	0.14	2.60	0.36
2	Belum menggunakan teknologi dengan baik	0.13	2.60	0.33
3	Belum ada ATM	0.15	2.40	0.35
	Jumlah Weakness			1.04
	TOTAL IFAS			2.68

Dari hasil analisis pada table 4.1 tentang IFAS, maka faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total IFAS sebesar 2.68. karena total IFAS diatas 2.5 itu berarti termasuk dalam mengindikasi posisi internal yang kuat.

Tabel 4. 2

EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Opportunities				
1	Tabungan Barokah ditujukan untuk semua kalangan	0.21	2.80	0.59
2	Minat masyarakat dalam menabung	0.21	2.80	0.59
	Jumlah Opportunities			1.18
Threats				
1	Strategi bisnis mudah ditiru	0.20	2.20	0.43
2	Munculnya teknologi yang lebih canggih dalam produk tabungan	0.20	2.20	0.43
3	Persaingan internal produk semakin ketat	0.18	2.60	0.48
	Jumlah Threats			1.34
	TOTAL EFAS			2.52

Dari hasil analisis pada table 4.2 tentang EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total sebesar 2.52. Karena total EFAS cukup tinggi maka berarti mengindikasikan bahwa perusahaan mampu merespon peluang yang ada dan terus berusaha untuk menghindari ancaman-ancaman.

Berdasarkan table 4.1 tentang IFAS dan table 4.2 tentang EFAS, maka terlihat bahwasannya lebih besar total IFAS yakni sebesar 2.68 dibandingkan total EFAS yakni sebesar 2.52. Dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor internal produk Tabungan Barokah lebih dominan dibandingkan dengan faktor eksternalnya. Sehingga dapat dipastikan jika Tabungan Barokah dapat berpengaruh dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang tersedia.

Tabel 4. 3

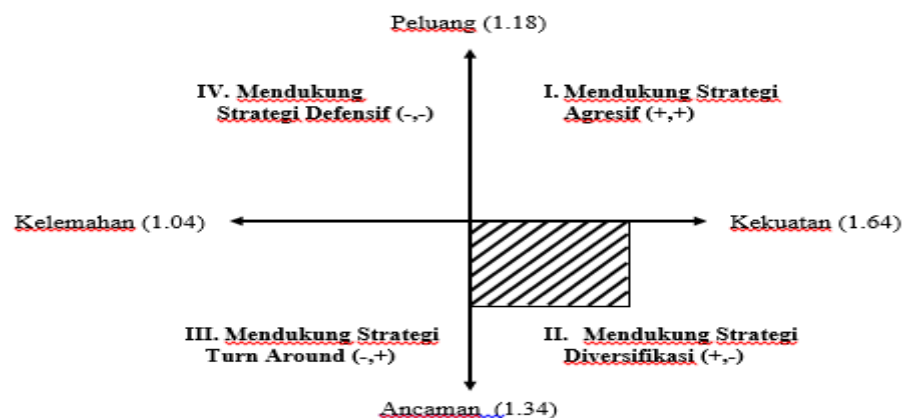
Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

IFAS	2.68	EFAS	2.52
Total Strenghts (S)	1.64	Total Opportunities (O)	1.18
Total Weakness (W)	1.04	Total Threats (T)	1.34
X = S-W	0.60	Y = O-T	-0,16

Dari hasil perhitungan IFAS diatas dapat dikatakan bahwa Tabungan Barokah memiliki kekuatan yang cukup baik, dimana Tabungan Barokah memperoleh total sebesar 1.64. Sedangkan total kelemahan dari Tabungan Barokah hasil perhitungan IFAS diatas yakni 1.04, yang artinya total tersebut dikatakan cukup besar dalam kategori kelemahan. Selisih antara kekuatan dan kelemahan dari Tabungan Barokah ini tidak terlalu besar yaitu 0.60, hal ini dapat dijadikan acuan oleh PT. BPRS Magetan untuk menetapkan kebijakan-kebijakan terbaru dalam mempertahankan ataupun meningkatkan kekuatan yang dimiliki serta meminimalisir adanya kelemahan tersebut.

Pada analisis EFAS produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan bahwasannya total skor peluang yang dimiliki lebih kecil dibandingkan dengan total ancaman. Total peluang sebesar 1.18 dapat dikatakan cukup, akan tetapi total dari ancaman yaitu 1.34 yang pada dasarnya ini dikatakan cukup besar dalam mengancam

keberadaan Tabungan Barokah. Hal ini dapat dijadikan gertakan bagi PT. BPRS Magetan untuk lebih bijak dalam memanfaatkan peluang dan meminimalisir keberadaan ancaman pada produk Tabungan Barokah.



Gambar 4. 1 Kuadran Analisis SWOT Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

Dari hasil diatas didapati bahwa X bernilai positif yakni 0.60 dan Y menempati nilai negatif yakni -0.16. Dengan demikian memperoleh hasil bahwasannya perhitungan SWOT menunjukkan pada posisi kuadran II (strategi ST), yang artinya meskipun dihadapkan pada berbagai ancaman namun PT. BPRS Magetan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan oleh PT. BPRS Magetan yaitu dengan menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Maka melalui analisis SWOT tersebut peneliti juga berlanjut untuk membuat matriks SWOT, dimana matriks tersebut sebagai strategi pihak bank terhadap Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis, meliputi:

1. Analisis Matrik SWOT Strategi SO

(S1, S2, S3,S4) – (O1,O2,O3)

Strategi SO merupakan strategi yang berasal dari pemetaan *strength* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang). Strategi tersebut diantaranya adalah:

Memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi dan menambah kapasitas pelayanan dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini dilakukan untuk menarik nasabah dalam menabung di produk Tabungan Barokah.

Strategi ini dibuat dengan mempertimbangkan faktor kekuatan pertama, kedua, ketiga, dan keempat yakni sebagai modal (dana murah) dalam pembiayaan, setoran ringan, adanya nisbah bagi hasil, bebas biaya administrasi, dibandingkan dengan faktor peluang pertama dan kedua yakni Tabungan Barokah ditujukan untuk semua kalangan dan minat masyarakat dalam menabung. Strategi pengembangan bisnis ini termasuk dalam meningkatkan kualitas, kuantitas, jumlah penabung, dan prosentase pendapatan produk Tabungan Barokah.

2. Analisis Matrik SWOT Strategi WO

(W1,W2) – (O1,O2)

Melakukan seminar atau webinar tentang siklus pengelolaan modal Tabungan Barokah menggunakan room meeting dan melakukan sosialisasi dengan membuat pamphlet melalui media sosial tentang

Tabungan Barokah. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan pemanfaatan media online dalam mempromosikan produk Tabungan Barokah.

Strategi ini dibuat dengan mempertimbangkan faktor kelemahan pertama, kedua yaitu produk belum banyak dikenal dan belum menggunakan teknologi dengan baik, dibandingkan dengan faktor peluang pertama, kedua yakni Tabungan Barokah ditunjukkan untuk semua kalangan dan minat masyarakat dalam menabung. Strategi ini dilakukan untuk mengumpulkan banyak masa melalui room meeting online yang bisa dijangkau diberbagai tempat. Selain itu sebagai media promosi dengan memperkenalkan alur yang terjadi pada dana nasabah di Tabungan Barokah. Sehingga masyarakat akan memperoleh pengetahuan yang bersangkutan dengan Tabungan Barokah.

3. Analisis Matrik SWOT Strategi ST (S1,S2,S3,S4) – (T1,T2,T3)

Membuat MOU dengan instansi untuk menempatkan uang kasnya di bank, melakukan sosialisasi tentang produk tabungan barokah bersama pemerintah daerah kabupaten Magetan, dan membuat produk menarik dengan menonjolkan benefit yang akan diperoleh nasabah.

Strategi ini dibuat dengan mempertimbangkan faktor kekuatan pertama, kedua, ketiga, keempat yakni sebagai modal (dana murah) dalam pembiayaan, setoran ringan, adanya nisbah bagi hasil, bebas biaya administrasi, dibandingkan dengan faktor ancaman

pertama, kedua, ketiga yakni banyaknya pesaing eksternal, munculnya teknologi yang lebih canggih dalam produk tabungan, dan persaingan internal produk semakin ketat. Strategi ini digunakan untuk menyebarluaskan keberadaan produk Tabungan Barokah, selain itu juga dapat meningkatkan pemanfaatan media sosial. Dengan demikian, dapat mempengaruhi peningkatan kuantitas pada Tabungan Barokah.

4. Analisis Matrik SWOT Strategi WT

(W1, W2) – (T1,T2,T3)

Mengadakan sidak sosialisasi ke tempat-tempat umum sekaligus uji coba penggunaan *mobile banking* dan pemanfaatan media sosial untuk menonjolkan keunggulan Tabungan Barokah kepada masyarakat luas.

Strategi ini dibuat dengan mempertimbangkan faktor kelemahan pertama, kedua yakni produk belum banyak dikenal, belum menggunakan teknologi dengan baik, dibandingkan dengan faktor ancaman pertama, kedua, ketiga yakni banyaknya pesaing eksternal, munculnya teknologi yang lebih canggih dalam produk tabungan, dan persaingan internal produk semakin ketat. Sehingga harus ada kegiatan yang melibatkan banyak orang dan sekaligus menjadi wadah uji coba *mobile banking*.

Tabel 4. 4

Menganalisis dan Menentukan Keputusan Strategis dengan Pendekatan Matrik SWOT

Faktor-Faktor Internal (IFAS) Faktor-Faktor Eksternal (EFAS)	Strengths / Kekuatan (S)	Weakness / Kelemahan (W)
	1. Modal (dana murah) dalam pembiayaan 2. Setoran ringan 3. Adanya sistem bagi hasil 4. Bebas biaya administrasi	1. Produk belum banyak dikenal 2. Belum menggunakan teknologi dengan baik 3. Belum ada ATM
Opportunities / Peluang (O) 1. Tabungan Barokah ditujukan untuk semua kalangan 2. Minat masyarakat dalam menabung	Strategi S-O 1. Memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi 2. Menambah kapasitas pelayanan dengan memanfaatkan media sosial	Strategi W-O 1. Mengadakan webinar atau seminar tentang siklus pengelolaan modal dari Tabungan Barokah 2. Melakukan sosialisasi dengan membuat pamphlet melalui media sosial tentang Tabungan Barokah
Threats / Ancaman (T) 1. Strategi bisnis mudah ditiru	Strategi S-T 1. Membuat MOU dengan instansi untuk menempatkan uang	Strategi W-T 1. Mengadakan sidak sosialisasi ke tempat-tempat umum sekaligus

2. Munculnya teknologi yang lebih canggih dalam produk tabungan	kasnya di PT. BPRS Magetan	uji coba penggunaan <i>mobile banking</i>
3. Persaingan internal produk semakin ketat	2. Melakukan sosialisasi tentang produk Tabungan Barokah bersama dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Magetan	2. Pemanfaatan media sosial untuk menonjolkan keunggulan Tabungan Barokah kepada masyarakat luas
	3. Membuat produk menjadi menarik dengan menonjolkan benefit yang akan diperoleh nasabah	

C. Analisis Strategi Bisnis yang Sesuai Berdasarkan Analisis SWOT terhadap Tabungan Barokah dalam Pengembangan Bisnis PT. BPRS Magetan

Pada kuadran analisis SWOT Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan menunjukkan bahwa hasil perhitungan pada posisi kuadran II berarti bahwa meskipun dihadapkan pada berbagai ancaman, namun PT. BPRS Magetan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti menganalisis bahwa strategi bisnis yang sesuai berdasarkan analisis SWOT Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan yakni dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang (strategi ST) pada kuadran II, maka akan menjaga keberadaan Tabungan Barokah dalam mendukung serta mempengaruhi pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan.

Strategi yang dapat diterapkan melalui kekuatan dan peluang

(strategi ST) dari Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT.

BPRS Magetan meliputi :

1. Membuat MOU dengan instansi untuk menempatkan uang kasnya di PT. BPRS Magetan
2. Memperluas jejaring dengan perusahaan atau instansi
3. Melakukan sosialisasi tentang produk Tabungan Barokah bersama dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Magetan
4. Membuat produk Tabungan Barokah menjadi menarik dengan menonjolkan benefit yang akan diperoleh nasabah.
5. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk Tabungan Barokah agar nasabah tidak mudah beralih ke produk lainnya.

Strategi diatas merupakan hasil dari analisis SWOT Tabungan Barokah, yang posisinya berada di kuadran II dan berarti bahwa penawaran strategi untuk Tabungan Barokah berupa strategi ST (*strength-threats*). Sedangkan strategi bisnis yang digunakan pihak bank pada Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis meliputi strategi operasi dan strategi pemasaran. Tabungan Barokah pada PT. BPRS Magetan menggunakan strategi operasi untuk memaksimalkan pemanfaatan fasilitas, sumber daya, perencanaan strategi, dan mengendalikan operasional melalui kekuatan serta peluang yang dimiliki. Sedangkan strategi pemasaran digunakan produk Tabungan Barokah untuk membidik produk, melakukan promosi produk, dan memanfaatkan sosial media guna meminimalisir keberadaan kelemahan serta ancaman.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor pendukung yang mempengaruhi perkembangan produk Tabungan Barokah diantaranya adalah: perkembangan teknologi, perubahan selera konsumen, persaingan, kapasitas kelengkapan alat, siklus hidup produk, dan keinginan untuk peningkatan *margin*.
2. Ditinjau melalui perspektif SWOT produk Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis kekuatan dari Tabungan Barokah cukup baik untuk menjadi salah satu faktor yang membantu pengembangan bisnis dengan adanya dana murah maka menjadi modal besar untuk melakukan pengelolaan dan penyaluran, setoran ringan, adanya nisbah bagi hasil, dan bebas biaya administrasi. Kelemahannya yakni teknologi belum digunakan dengan baik, dan belum ada ATM. Peluang yang dimiliki Tabungan Barokah yakni banyaknya minat nasabah untuk menabung. Ancaman yang menjadi penghambat Tabungan Barokah yakni banyaknya pesaing eksternal, munculnya teknologi yang lebih canggih, dan persaingan internal produk semakin ketat.
3. Strategi bisnis yang sesuai berdasarkan analisis SWOT Tabungan Barokah dalam pengembangan bisnis PT. BPRS Magetan yakni melalui strategi ST, karena dari hasil perhitungan menunjukkan pada kuadran II.

Dengan demikian tingginya kekuatan yang dimiliki Tabungan Barokah mampu untuk menutup ancaman yang akan terjadi dan dari kekuatan tersebut akan membantu mendukung pengembangan bisnis pada PT. BPRS Magetan.

B. Saran

Dengan selesainya penelitian yang dilakukan pada Tabungan Barokah PT. BPRS Magetan, maka peneliti memberikan saran sebagai bahan pertimbangan antara lain:

1. Bagi PT. BPRS Magetan seharusnya memanfaatkan faktor pendukung untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat sebagai media dalam memperkenalkan produk Tabungan Barokah, agar minat nasabah untuk produk Tabungan Barokah menunjukkan peningkatan. Sosialisasi sangat penting dilakukan oleh pihak bank dalam membantu masyarakat untuk menambah pengetahuan tentang produk Tabungan Barokah. Sehingga masyarakat dapat mengetahui mengenai produk Tabungan Barokah.
2. Bagi PT. BPRS Magetan harus dapat memanfaatkan analisis SWOT pada Tabungan Barokah dengan sebaik mungkin agar tujuan dalam mempengaruhi pengembangan bisnis dapat semakin mudah tercapai.
3. Bagi PT. BPRS Magetan dapat menerapkan beberapa strategi bisnis yang ditawarkan oleh peneliti dalam meningkatkan kualitas produk Tabungan Barokah dan dengan adanya strategi bisnis tersebut diharapkan mampu membantu PT. BPRS Magetan dalam melakukan

pengembangan bisnis.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press, 2021.
- Alma, H. Buchari. *Manajemen bisnis syariah*. Jakarta: Penerbit Alfabeta, 2009.
- Amirullah. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Malang: Media Nusa Creative, 2015.
- Anoraga, Panji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009.
- Ardhianti, Destina. Wawancara, 24 Maret 2023.
- Ath-Thabari, Ibnu Jarir. *Tahdzibul Atsar*. DKI Beirut, t.t.
- BMTBUSCM. “BAB II Tabungan Akad Mudharabah,” 2011. <https://eprints.walisongo.ac.id/5999/3/BAB%2011.pdf>.
- Buffa, Elwoods S. *Manajemen Produksi atau Operasi*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Cipta, Hendra, dan Hatamar. *Analisis SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia*. Bangka: Shiddiq Press, 2020.
- David, Fred R. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Dinar, Rizka. Wawancara, 24 Maret 2023.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Resiko*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Malang: Quadrant, 2016.
- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2016.
- Harahap, Nursapia. *Penelitian Kualitatif*. Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing, 2020.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Herman, Azhar Datuk. Wawancara, 24 Maret 2023.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Jatmiko, Rahmad Dwi. *Manajemen Stratejik*. Malang: UMM Press, 2004.
- Kotler & Gray Armstrong, Philip. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan. *Marketing 4.0: moving from traditional to digital*. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2017.
- Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Maribun, B.N. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.

- Marpaung, Muslim, Isnaini Harahap, dan Usnandar Afriansyah. "Analisis SWOT Pada Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(02), 2152–2158 (2022).
- Meleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet. X. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Muhamad & Alimin. *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004.
- Nitisemiti. *Mengatasi Turunnya Omzet Penjualan*. Salemba Empat, 2006.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Laporan Publikasi," diakses pada tanggal Desember 2022. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/laporan-keuangan-perbankan/Default.aspx>.
- . "Undang-Undang No 21 Tahun 2008 Perbankan Syariah," 2017. https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf.
- Rachma, Zhella. Wawancara, 9 Januari 2023.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis: reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21*. Cet. ke-3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rozarie, R A De. "MANAJEMEN PENGEMBANGAN BISNIS:" *Jawa Timur: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia*, 2019.
- Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV, 2014.
- Sulistyowati, Ma'rufah. Wawancara, 24 Maret 2023.
- Suwardjono. *Teori Akuntansi: Perekrayaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2005.
- Suwiknyo, Dwi. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Suyanto, M. *Etika Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Tobari. *Kewirausahaan dan Inovasi*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Widiastuti, Christina. Wawancara, 1 September 2022.

———. Wawancara, 24 Maret 2023.

Widjayanto, Bije. *Cara Aman Memulai Bisnis*. Jakarta: Grasindo, 2009.

Widyastuti, Cristina. Dokumentasi PT. BPRS Magetan (Perseroda), 20 September 2022.

Zhang & Wei Feng, Yi. “SMEs’ Charismatic Leadership, Product Life Cycle, Environmental Performance, and Financial Performance: A Mediated Moderation Model.” *Journal of Cleaner Production*, 127147, 2021.



