

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Secara umum, lembaga keuangan sangat diperlukan dalam mengimbangi pertumbuhan perekonomian yang semakin modern, khususnya di Indonesia. Di Indonesia sendiri terdapat dua lembaga keuangan yang sudah dikenal masyarakat yakni lembaga keuangan Konvensional dan lembaga keuangan Syariah. Lembaga keuangan merupakan badan usaha yang bergerak dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan. Setiap lembaga yang bergerak dibidang keuangan memiliki peranan penting bagi masyarakat salah satunya yaitu memudahkan dalam bertransaksi.

Seperti halnya lembaga keuangan Konvensional, saat ini keberadaan lembaga keuangan Syariah juga tengah mencuri perhatian dan minat masyarakat. Perkembangan lembaga keuangan syariah beberapa tahun terakhir cukup pesat. Walaupun masih tergolong lembaga keuangan yang baru di Indonesia. Hal ini juga tidak lepas dari mayoritas masyarakat Indonesia yang berkeyakinan muslim. Sudah tentu mereka menginginkan lembaga keuangan yang didalamnya mengandung hukum-hukum yang sesuai syariah. Perkembangan ini juga ditandai dengan semakin munculnya beberapa lembaga keuangan syariah seperti perbankan syariah, asuransi syariah, reksadana syariah, dan lembaga keuangan lainnya.

Bank Syariah pertama di Indonesia dipelopori oleh berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1991 dan mulai beroperasi penuh tahun 1992. Kemudian di sertai oleh berdirinya Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), tetapi kedua lembaga tersebut belum mampu menjangkau masyarakat muslim untuk kalangan bawah maka didirikanlah suatu lembaga mikro syariah yang diberi nama Baitul Maal Wattamwil (BMT).<sup>1</sup> Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>2</sup>

Industri Bank Syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan pada pertumbuhannya meskipun mengalami perlambatan. Beberapa indikator dapat menunjukkan adanya pertumbuhan industri perbankan syariah baik pada Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan juga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Di bawah ini adalah tabel yang menunjukkan beberapa indikator seperti jumlah kantor, jumlah bank sertakantor cabang dengan data yang disajikan dari empat tahun terakhir yakni dari tahun 2016 sampai 2019 sebagai berikut:<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Dedi Suhendro, "Tinjauan Perkembangan dan Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia," *Human Falah Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (Desember, 2018): 219.

<sup>2</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011), 33.

<sup>3</sup>Arman Paramansyah, dan Ade Irvi Nurul Husna, "Perkembangan Industri Syariah Pada Pembiayaan Yang Disalurkan (Libraryresearch)," *JurnalMaps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 130.

**Tabel 1.1 Pertumbuhan Perbankan Syariah 2016-2019**

<b>Jenis: Indikator</b>	<b>Bank Umum Syariah (BUS)</b>			
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Jumlah Kantor</b>	13	13	14	14
<b>Kantor Cabang</b>	473	471	478	480
<b>Jenis: Indikator</b>	<b>Unit Usaha Syariah (UUS)</b>			
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Jumlah Kantor UUS</b>	332	344	354	378
<b>Kantor Cabang</b>	149	154	153	160
<b>Jenis: Indikator</b>	<b>Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)</b>			
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Jumlah Bank</b>	166	167	167	164
<b>Jumlah Kantor</b>	453	441	495	569

Sumber: OJK, Stastik Perbankan Syariah, November 2019.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa Bank BPRS mengalami perkembangan yang kurang baik. Hal ini disebabkan oleh adanya persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan. Persaingan yang menurun salah satunya dapat disebabkan oleh kinerja karyawan yang kurang maksimal sehingga berdampak buruk bagi perusahaan. Seperti dari segi pelayanan dan cara mereka yang kurang dalam mensosialisasikan Bank BPRS kepada masyarakat. Penurunan Bank BPRS yang sedang terjadi dapat kita lihat pada tabel diatas yang terjadi di tahun 2017 Bank BPRS mengalami penurunan jumlah kantor dari 453 menjadi 441, kemudian di tahun 2019 jumlah bank juga menurun dari 167 menjadi 164.

Begitu pula yang terjadi pada perkembangan Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep. Semakin banyaknya lembaga keuangan di daerah Masalembu maka masyarakat semakin mempunyai

banyak pilihan untuk memakai jasa lembaga keuangan yang mana termasuk juga di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep sendiri.

Apabila strategi keunggulan untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam suatu lembaga keuangan dirasakan tidak memuaskan dan nasabah merasa tidak tertarik maka secara tidak langsung nasabah akan berpaling dan pindah pada lembaga keuangan lainnya. Maka dari itu diperlukan strategi persaingan untuk mempertahankan eksistensi lembaga keuangan tersebut dalam upaya mewujudkan hubungan kerja antara pihak lembaga dengan nasabah agar terjalin secara terus menerus.

Dalam menentukan strategi persaingan yang terjadi di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep, salah satunya dapat dilakukan melalui Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis secara menyeluruh atas kondisi internal dan eksternal bank, yang terdiri dari: kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats).<sup>4</sup>

Kondisi persaingan di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep yang terjadi antar lembaga keuangan yang ada di Masalembu seperti BMT Sidogiri, BMT NU serta milik perorangan yang merupakan kompetitor dari Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep itu sendiri. Untuk mengatasi persaingan dengan

---

<sup>4</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), 46.

kompetitor, Bank BPRS cabang Masalembu Sumenep Sumenep memiliki keunggulan dalam produk tabungan dengan ujah bagi hasilnya lebih tinggi dibanding dengan BMT Sidogiri dan BMT NU serta milik perongan. Sehingga posisi Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep ditengah persaingan dapat bersaing secara kuat.<sup>5</sup>

Penilaian nasabah juga memiliki peranan penting terkait bagaimana kepuasan mereka sehingga terus memakai jasa lembaga keuangan di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep dibandingkan lembaga keuangan lainnya. Salah satu alasan mengapa nasabah memilih mempercayai Bank BPRS Cabang Masalembu dalam hal bertransaksi mereka memiliki pendapat bahwa dari segi penarikan yang ada di Bank BPRS Cabang Masalembu nasabah dapat mengambil uang mereka kapan saja dibutuhkan, mereka juga berpendapat bahwa keamanan di Bank BPRS Cabang Masalembu lebih terjamin dari pada lembaga keuangan lainnya.<sup>6</sup>

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan diatas, membawa peneliti untuk melakukan penelitian tentang analisis SWOT dan upaya penerapan strategi bersaing yang dilakukan di perbankan khususnya di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep dengan

---

<sup>5</sup>Anton Adimulya, Kepala Cabang Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep, *Wawancaralewattelepon* (13 Maret 2021)

<sup>6</sup>Khairul Anwar, Nasabah Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep, *Wawancaralewattelepon* (16 Maret 2021)

**judul “Analisis SWOT dalam Upaya Penerapan Strategi Bersaing Di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep”.**

**B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada konteks penelitian di atas, yang menjadi fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis SWOT yang dilakukan Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep?
2. Strategi apa yang diterapkan oleh Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep setelah mengetahui posisi yang dimilikinya?
3. Bagaimana efektifitas strategi bersaing yang dilakukan oleh Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep di tengah persaingan?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui analisis SWOT yang dilakukan Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep.
2. Untuk mengetahui strategi apa yang diterapkan oleh Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep setelah mengetahui posisi yang dimilikinya.
3. Untuk mengetahui efektifitas strategi bersaing yang dilakukan oleh Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep di tengah persaingan.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Dari tujuan dilakukannya penelitian ini, maka besar harapan peneliti agar penelitian ini mempunyai beberapa kegunaan sebagai berikut:

### **1. Secara Teoritis**

#### **a. Bagi IAIN Madura**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan atau tambahan referensi bagi mahasiswa, khususnya bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN Madura), yang ingin melakukan penelitian yang serupa atau sebagai ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### **b. Bagi Peneliti**

Dapat mengimplementasikan ilmu yang didapatkan selama menjalani masa perkuliahan dengan fakta yang ada di lapangan dan memperoleh pengetahuan serta pemahaman khususnya mengenai Analisis SWOT Dalam Upaya Penerapan Strategi Bersaing di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep. Dan juga untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Strata-1 di IAIN Madura.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep**

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam menganalisis SWOT yang dilakukan oleh Bank Syariah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep untuk mengetahui penerapan strategi

bersaing seperti apa yang akan diterapkan lembaga perbankan., dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk melayani nasabah dalam hal operasional lembaga.

#### **b. Bagi Masyarakat**

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap masyarakat mengetahui mengenai Analisis SWOT dalam upaya penerapan Strategi Bersaing dan juga sebagai acuan bahwa dengan adanya penerapan strategi bersaing dapat mengintropeksi lembaga keuangan di wilayah Masalembu sehingga dapat menarik nasabah untuk bertransaksi.

#### **E. Definisi Istilah**

Ada beberapa istilah yang perlu untuk didefinisikan secara operasional, agar pembaca memiliki persepsi dan pemahaman yang sejalan dan tidak terjebak kesalahan fahaman dalam memahami istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun istilah-istilah tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan.<sup>7</sup>
2. Strategi adalah rencana lengkap untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*(Jakarta: Grasindo, 2004), 58.

<sup>8</sup>Griffin, *Manajemen*(Jakarta: Erlangga, 2004), 249.



3. Bersaing merupakan inti dari peta keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam menguasai sumber daya (alam, manusia, modal dan keahlian), pemasok, supplier, dan pangsa pasar dalam kawasan tertentu (domestik, regional, internasional, multinasional, global, transnasional).<sup>9</sup>

Berdasarkan definisi istilah di atas, maksud dari judul “Analisis SWOT dalam Upaya Penerapan Strategi Bersaing di Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep” adalah upaya meneliti tentang proses analisis SWOT yang dilakukan oleh Bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Masalembu Sumenep dalam menghadapi persaingan usaha melalui salah satu bentuk analisis yaitu analisis SWOT.

#### **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

- a. Rissky Wahyu Saputra , Implementasi Strategi Keunggulan Bersaing pada BPRS Artha Pamenang . Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan data primer seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta data sekunder yang di dapat melalui teori dan informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, yaitu berbagai buku yang berisi teori-teori tentang strategi bisnis, serta dari berbagai dokumen-dokumen dan tulisan mengenai bagaimana strategi-strategi keunggulan tersebut. Hasil dari penelitian yaitu, implementasi strategi keunggulan bersaing pada BPRS Artha Pamenang

---

<sup>9</sup>Arif Prayitno, *Strategi Bersaing dalam Perspektif Militer dan Bisnis*(Bandung: ALFABETA, 2019), 109.

menggunakan tiga unggulan strategi yaitu: fokus pasar, differensiasi (pelayanan cepat), dan margin kompetitif (biaya rendah).<sup>10</sup>

- b. Syaury Jazuli, Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Produk pada BMT El-Syifa Ciganjur. Jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif-kualitatif. Pengumpulan datanya menggunakan dua macam teknis pengumpulan data yaitu pertama, melalui penelitian kepustakaan seperti melakukan penelusuran literature dan buku rujukan yang relevan dengan pembahasan skripsi, kedua menggunakan penelitian lapangan seperti melakukan penelitian langsung ke tempat yang dijadikan objek penelitian, dalam hal ini adalah BMT. Untuk data yang dibutuhkan diperoleh dengan cara: observasi, wawancara dan studi dokumen. Hasil penelitiannya yaitu pertama, pasar sasaran dari BMT El-Syifa adalah seluruh masyarakat karena tujuan dari pendirian BMT El-syifa adalah untuk menciptakan dan berusaha memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan pemerintah dan tuntutan syariah. Kedua, hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa BMT El-Syifa berada pada posisi kuadran I yang menunjukkan bahwa BMT El-syifa kuat dan berpeluang, dan rekomendasi strategi yang diberikan adalah agresif artinya koperasi dalam kondisi prima dan mantab. Ketiga, adapun strategi yang dihasilkan dalam pengembangan melalui analisis SWOT pada BMT El-Syifa sebagai berikut: strategi SO

---

<sup>10</sup>Risky Wahyu Saputra, "Implementasi Strategi Keunggulan Bersaing pada BPRS Artha Pamenang," (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2019)

yakni, memperkuat pangsa pasar, peningkatan promosi pada media sosial, meningkatkan fasilitas dan pelayanan, meningkatkan promosi untuk produk baru, dan terakhir menggunakan mitra kerja sama, strategi WO, meliputi memperluas wilayah promosi, memaksimalkan peran manajemen strategis untuk pemasaran dan menjalin serta memperkuat kerjasama, strategi ST, yakni menetapkan strategi pemasaran,

- c. Elsa Dini Anggraeni, Analisis SWOT terhadap Implementasi Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di BMT Bina Usaha Karangjati. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan deskriptif kualitatif. Pengambilan datanya ada dua cara yaitu metode observasi dan wawancara. Observasi yang dilakukan yaitu mengamati secara langsung kegiatan dan pengelolaan dan pemasaran pada BMT Bina Usaha Karangjati. Sedangkan wawancara dilakukan terhadap pihak-pihak yang berkompeten seperti karyawan yang bekerja pada divisi marketing di BMT Bina Usaha Karangjati. Hasil penelitian ini adalah pertama, SIRELA (Simpanan Suka Rela) merupakan produk penghimpun dana yang dikelola untuk disalurkan kepada masyarakat melalui pembiayaan. Akad yang digunakan SIRELA adalah wadiah yad dhomanah. Kedua, faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki BMT Bina Usaha Karangjati adalah kepercayaan masyarakat yang tinggi produk mudah diterima dan pelayanan yang flexible, modal yang bukan dari pemerintah, kurangnya modal dan pemahaman masyarakat terhadap prinsip syariah yang diterapkan. Ketiga, faktor peluang dan

ancaman yang dimiliki BMT Bina Usaha Karangjati adalah lokasi berada di jalur perdagangan, mayoritas penduduk muslim dengan pangsa pasar yang banyak, adanya BMT yang lain yang bermasalah, tidak didukung LPS dan banyaknya keuangan lain. Keempat, berdasarkan analisa faktor internal dan eksternal maka strategi pemasaran yang tepat adalah menggunakan analisis SWOT dimana menunjukkan bahwa BMT Bina Usaha Karangjati berada diposisi kuat, berpeluang dan mampu bersaing dengan lembaga lain.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>Elsa Dini Anggraeni, “Analisis SWOT terhadap Implementasi Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di BMT Bina Usaha Karangjati,” (Skripsi, IAIN Salatiga, 2018)

**Tabel 1.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu**

No	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	<p>“Implementasi Strategi Keunggulan Bersaing pada BPRS Artha Pamenang” oleh Risky Wahyu Saputra, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Fakultas Ekonomi, Program Studi Perbankan Syariah /2019.</p>	<p>Metode penelitiannya yaitu pendekatan kualitatif. Sama-sama membahas strategi bersaing.</p>	<p>Penelitian terdahulu dilakukan di BPRS Artha Pamenang.</p>
2.	<p>“Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan pada BMT El-Syifa Ciganjur” oleh Syauqi Jazuli, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwah Syarif Hidayatullah Jakarta, Program Studi Manajemen Dakwah/ 2016.</p>	<p>Metode penelitian yang digunakanyaitu pendekatan kualitatif. Sama-sama menggunakan analisis SWOT</p>	<p>Penelitian terdahulu di BMT El-Syifa Ciganjur.</p>
3.	<p>“Analisis SWOT terhadap Implementasi Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di BMT Bina Usaha Karangjati” oleh Elsa Dini Anggraeni, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah/2018</p>	<p>Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Sama-sama menggunakan analisis SWOT</p>	<p>Penelitian terdahulu dilakukan di BMT Bina Usaha Karangjati. Penelitian terdahulu tidak menggunakan teknik dokumentasi.</p>