

**ANALISIS SWOT TRANSFORMASI DIGITAL
PADA PT. BPRS AL-WASHLIYAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

CHALIZA AINI SIREGAR

NPM:1901280063



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

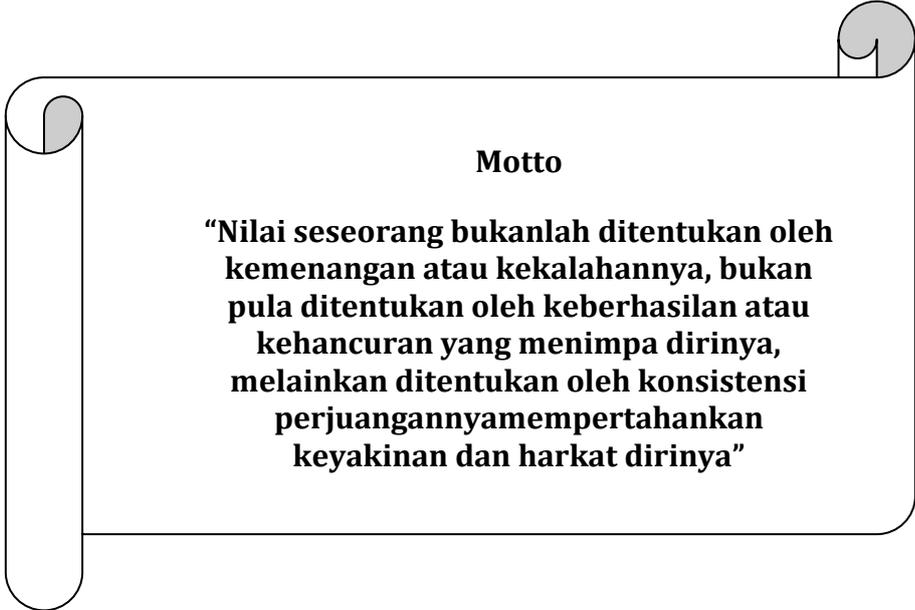
Persembahkan

Dengan penuh ikhlas dari hati, saya persembahkan skripsi ini untuk orang yang senantiasa mendukung dan hadir dalam kehidupan saya.

Saya persembahkan sripsi ini kepada kedua orang tua saya Ayahanda Zulkarnain Siregar dan Ibunda Umi Kalsum Purba yang selalu menyayangi, membimbing dengan penuh cinta, yang selalu memberikan ketenangan, kenyamanan, doa terbaik sehingga saya bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Kalian sangat berarti bagi hidup saya.

Bapak dekan dan wakil dekan serta para dosen dilingkungan Fakultas Agama Islam yang telah memberikan ilmu yang bermakna dengan penuh keihlasan dan kesabaran.

Terimakasih untuk seluruh teman seperjuangan saya di Manajemen Bisnis Syariah Stanbuk 2019 yang telah memberikan dukungan serta pengalaman yang berharga.



Motto

“Nilai seseorang bukanlah ditentukan oleh kemenangan atau kealahannya, bukan pula ditentukan oleh keberhasilan atau kehancuran yang menimpa dirinya, melainkan ditentukan oleh konsistensi perjuangannya mempertahankan keyakinan dan harkat dirinya”

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang betanda tangan dibawah ini.

Nama : Chaliza Aini Siregar

NPM : 1901280063

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “**Analisis SWOT Transformasi Digital Pada PT. BPRS AL-Washliyah**” merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 17 Juni 2023

Yang menvatakan



Chaliza Aini Siregar

1901280063

PERSETUJUAN

**ANALISIS SWOT TRANSFORMASI DIGITAL
PADA PT. BPRS AL-WASHLIYAH**

Oleh :

CHALIZA AINLSIREGAR
NPM:1901280063

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 17 Juni 2023

Pembimbing



Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, 17 Juni 2023

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Chaliza Aini Siregar** yang berjudul "**Analisis SWOT Transformasi Digital Pada PT. BPRS Al-Washliyah**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing


Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

Nama Mahasiswa : Chaliza Aini Siregar
Npm : 1901280063
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis SWOT Trasformasi Digital Pada PT. BPRS AL-Washliyah

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
31/5/23	1. Matriks SWOT perbaik 2. Pestaikan sumber pembobotan dan scoringnya 3. Typing error		
7/6/23	1. Rapiikan pembahasan 2. Pertanyaan dalam tabel 3. Setrsi docx		
16/6/23	Bimbingan awal		
18/6/23	ACC Skripsi		

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Medan, 17 Juni 2023
Pembimbing Skripsi

Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

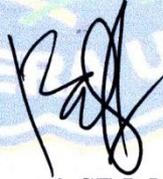
Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : **Chaliza Aini Siregar**
NPM : **1901280063**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Analisis SWOT Transformasi Digital Pada
PT. BPRS AL-Washliyah**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 17 Juni 2023

Pembimbing



Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Chaliza Aini Siregar
NPM : 1901280063
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 23/08/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
PENGUJI II : Mutiah Khaira Sihotang, MA

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Percaya

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN
BERSAMAMENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor : 158 th. 1987 Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	³ / ₄ Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	³ / ₄	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
و	ḍammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
—ى	fathah dan ya	Ai	a dan i
—و	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba: **كتب**
- fa'ala: **فعل**
- kaifa: **كيف**

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
—ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و —و	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

qāla : **قال** ramā : **مار**

qīla : **قيل**

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) *Ta marbūtah* hidup

ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan «*ammah*», transliterasinya (t).

2) *Ta marbūtah* mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

Raudah al-afal-raudatul afal

لرؤضة الاففا

Al-madinah al-munawaroh

المدينه المنور

Thalahah

طالحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

– rabbanā : ربنا

– nazzala : نزل

– al-birr : البر

– al-hajj : الحج

– nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan

atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu : الرجل
- as-sayyidatu : السيدة
- asy-syamsu : الشمس
- al-qalamu : القلم
- al-jalalu : الجلال

g. hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna : تاخذون
- an-nau' : النوع
- syai'un : شئىء
- inna : ان
- umirtu : امرت
- Akala : اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laz³unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-‘alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naṣrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilm

ABSTRAK

Chaliza Aini Siregar. Npm : 1901280063. Analisis SWOT Transformasi Digital Pada PT. BPRS AL-Washliyah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats.) PT. BPRS AL-Washliyah dan untuk mencari tahu strategi digitalisasi yang tepat Pada PT. BPRS AL-Washliyah. Digitalisasi adalah suatu teknologi yang berbentuk modernisasi atau pembaharuan yang mampu melakukan penyimpanan menghasilkan dan memperoleh berbagai data yang mana sering dihubungkan dengan internet dan teknologi komputer, untuk suatu perubahan cara lama menjadi cara baru yang lebih efisien penggunaannya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian analisis deskriptif, Matriks SWOT, dengan menggunakan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*Eksternal Factor Evaluation- EFE Matrix*), Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluasian-IFE Matrix.*)

Penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan Wawancara secara langsung dengan Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah, dan dalam penelitian sekunder yaitu dengan jurnal-jurnal dan artikel penelitian terdahulu, serta kepustakaan yang mendukung relevansi penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini PT. BPRS AL-Washliyah mempunyai loyalitas pelanggan dan nilai tertimbang Matrix Internal Factor Evaluasian (IFE Matrix) adalah 2,29 yang mengindikasikan bahwa posisi PT. BPRS AL-Washliyah memiliki posisi internal yang cukup kuat. Sedangkan nilai tertimbang Matrix Eksternal Factor Evaluasian (EFE Matrix) adalah 3,03 yang mengindikasikan bahwa PT. BPRS AL-Washliyah dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi perusahaan relative kuat.

Kata Kunci: Kekuatan (*Strenghts*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*).

ABSTRACT

Chaliza Aini Siregar. Npm: 1901280063. SWOT Analysis of Digital Transformation at PT. BPRS AL-Washliyah.

This study aims to determine the SWOT Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats.) of PT. BPRS AL-Washliyah and to find out the right digitization strategy at PT. BPRS AL-Washliyah. Digitalization is a technology in the form of modernization or renewal that is capable of storing, producing and obtaining various data which is often connected to the internet and computer technology, to change old ways into new ways that are more efficient in use.

The research method used is a descriptive analysis research method, SWOT Matrix, using an External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix), an Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix).

This study uses primary data by conducting direct interviews with the Head of the Operational Group of PT. BPRS AL-Washliyah, and in secondary research, namely with journals and previous research articles, as well as literature that supports the relevance of the research.

The research results show that currently PT. BPRS AL-Washliyah has customer loyalty and the weighted value of the Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix) is 2.29 which indicates that the position of PT. BPRS AL-Washliyah has a fairly strong internal position. While the weighted value of the External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix) is 3.03 which indicates that PT. BPRS AL-Washliyah in facing the dynamics of the external environment the company's position is relatively strong.

Keywords: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang masih memberikan nikmat kesehatan dan keselamatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul **“ANALISIS SWOT TRANSFORMASI DIGITAL PADA PT. BPRS AL-WASHLIYAH”**

Shalawat berangkaikan salam kepada nabi Muhammad SAW, yang telah membawa risalah kepada umat manusia dan membawa dari alam jahiliyah menuju alam dengan ilmu pengetahuan dan sampai sekarang masih dapat kita rasakan bersama.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan stara satu (S1) Prodi Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari sepenuhnya telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu dan tenaganya. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Teristimewa Ayahanda Zulkarnain Siregar dan Ibunda Umi Kalsum Purba yang telah melahirkan saya kedunia ini dan membesarkan saya sampai bisa dititik sekarang ini. Terima kasih juga tidak hentinya memberikan dukungan dan doa restu baik secara moral maupun materi selama perkuliahan. Terima kasih telah memberikan kepercayaan kepada saya melanjutkan pendidikan kejenjang perkuliahan yang berada diluar kota sehingga saya bisa sampai di titik penyelesaian penulisan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S. Pd.I, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Syahrul Amsari, S.E,Sy, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Ibu Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI selaku Dosen Pembimbing yang banyak membantu juga memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh Dosen dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan informasi dan pengetahuan kepada Penulis selama masa studi.
10. Bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah yang telah memberi kesempatan, dan informasi yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini
11. Kepada Adelia Amanda Sinaga yang ikut memberikan dukungan dan semangat serta ikut dalam membantu penyusunan skripsi ini.
12. Kepada seluruh mahasiswa kelas B1 Manajemen Bisnis Syariah yang ikut membantu dan memberikan support kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
13. Kepada Gojo Satoru, Luffy dan teman-temannya, Naruto, Boa Hancock, teman-teman terdekat yang sekos dengan saya, serta teman-teman virtual saya yang saya kenal dari 2021 awal hingga sekarang, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang ikut memberikan dukungan serta support untuk saya dalam penyusunan skripsi ini.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu penulis memintamaaf apabila dalam penyusunan laporan tugas akhir ini terdapat kesalahan penulisan.

Akhir kata Penulis berharap semoga tugas akhir dengan judul **“ANALISIS SWOT TRANSFORMASI DIGITAL PADA PT. BPRS AL-WASHLYAH”** ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi bagi pembaca.

Wassalamu’alaikumWr. Wb

Medan, 2023

Peneliti

Chaliza Aini Siregar
1901280063

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	8
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Analisis SWOT	8
2. Elemen-Elemen Dalam Analisis SWOT	10
3. Tujuan Penerapan SWOT di Perusahaan	10
4. Matriks SWOT	11
5. Transformasi Digital	13
6. Faktor yang Perlu di perhatikan dalam Transformasi Digital	14
7. Strategi.....	15
8. BPRS	17
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Pendekatan Penelitian	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
C. Sumber Data Penelitian.....	23

D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Teknik Analisis Data.....	24
F. Teknik Keabsahan Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	31
1. Sejarah Singkat PT. BPRS AL-Washliyah.....	31
2. Visi, Misi	32
3. Tujuan Perusahaan.....	32
4. Makna Logo Perusahaan.....	32
5. Struktur Organisasi Perusahaan Dan Deskripsi Tugas	33
B. Hasil Penelitian	39
C. Pembahasan	46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 57

A. Kesimpulan.....	57
B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA..... 59

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Kualitatif SWOT.....	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	23
Tabel 3.2 Matriks IFAS.....	25
Tabel 3.3 Matriks EFAS	25
Tabel 3.4 Matriks Analisis SWOT.....	28
Tabel 4.1 Wawancara.....	39
Tabel 4.2 Matriks IFE Matrix	48
Tabel 4.3 Matriks EFE Matrix	51
Tabel 4.4 Matriks SWOT PT. BPRS AL-Washliyah.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	33

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Digital adalah suatu teknologi elektronik yang mampu melakukan penyimpanan, menghasilkan, dan juga memproses berbagai data yang terdapat dalam dua kondisi, yakni positif dan negatif. Kondisi positif akan diwakili atau dinyatakan dengan angka 1 dan negatif akan diwakili dengan angka 0.

Sejarah Digital berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi yang telah menyentuh seluruh sendi kehidupan manusia. Perkembangan digitalisasi sumber sejarah ini sendiri tidak dapat dilepaskan dari pengaruh lekatnya penggunaan teknologi informasi di era digital. Hal ini menyoroti peranan besar teknologi yang hadir terhadap perkembangan secara keilmuan dan juga menjadi sarana utama dalam institusi pendidikan dan juga bisnis. Era digital sendiri mulai hadir karena adanya revolusi yang awalnya dipicu oleh suatu generasi remaja yang lahir di tahun 80 an, dan kehadiran digitalisasi ini menjadi awal mula era informasi digital atau perkembangan teknologi yang saat ini jauh lebih modern. Digital adalah suatu bentuk modernisasi ataupun pembaharuan dari penggunaan teknologi yang mana sering dihubungkan dengan hadirnya internet dan teknologi komputer. Dimana seluruh halnya bisa dilakukan dengan suatu peralatan canggih agar mampu mempermudah urusan manusia, (Anis and Mardiani 2022).

Digitalisasi sangat diperlukan karena Digitalisasi berpotensi untuk menghemat biaya oprasional perusahaan hingga 90%. Salah satu keuntungan dari penggunaan digitalisasi ini adalah menjamin bahwa setiap operasi dilakukan secara konsisten, menghasilkan output yang handal dan berkualitas tinggi. Kerena jaminan kualitas dan konsistensi, perusahaan dapat mulai merancang produk yang lebih berkualitas dan kaya fitur dengan sedikit atau tanpa peningkatan waktu dan biaya manufaktur.

Perkembangan Digitalisasi Diera tahun 2000 adalah puncak kemajuan teknologi yang sangat pesat perkembangannya, teknologi informasi dan

telekomunikasi menjadi trend kehidupan setiap individu, tiap saat, tiap waktu dan tiap detik manusia memanfaatkan teknologi ini. Kegiatan mulai dipermudah dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, mulai dari komunikasi, informasi, transaksi, edukasi, hiburan dampai pada kebutuhan paling pribadi sekalipun dapat terlayani dengan teknologi ini. Terkait dengan perkembangan teknologi ini beberapa Negara Eropa telah mencanangkan konsep “Industri 4.0”.

Perubahan aktivitas individu mulai mempengaruhi proses transaksi yang dilakukannya, setiap individu tidak bergantung lagi kepada uang tradisional tetapi sudah menggunakan uang maya dan pada masanya nanti semua terkoneksi ke arah ini. Aktivitas serba digital dan elektronik dengan data sebagai peranan utamanya, individu tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu, mereka bisa melakukan transaksi secara elektronik dimana saja, dengan siapa saja dan kapan saja. Uang digital memegang peranan penting, gaji diberikan secara digital, belanja dan transaksi juga dengan sarana digital bahkan aktivitas kegiatan transaksi juga dialihkan secara digital karena lebih cepat, efektif dan efisien, (Danuri 2019).

Transformasi Digital merupakan sebuah proses dengan teknologi untuk mengubah proses yang ada sehingga menciptakan hal atau cara baru. Dengan kata lain, Transformasi digital merupakan perubahan suatu perusahaan atau organisasi yang melibatkan sumber daya manusia, proses, strategi, struktur, melalui adopsi teknologi untuk meningkatkan kinerja. Tujuan dari transformasi digital adalah mengubah cara lama menjadi lebih efektif dan efisien. Perusahaan akan dimudahkan dalam mengiklankan produk kepada pelanggan potensial secara luas tanpa dibatasi oleh batasan pasar. Selain itu, interaksi antara pelanggan dan perusahaan dapat semakin meningkatkan melalui saling bertukar informasi dan dapat langsung merespon dengan mudah, (Schwertner 2017).

Tindakan ini akan mengarah pada sistem online lebih banyak oleh nasabah dan meningkatkan pasar bank syariah. Dampak langsungnya adalah pengurangan biaya kepada nasabah dan mempercepat proses pelayanan pada pengajuan produk pembiayaan di bank syariah, (Hariani MD, Rahmayati, and Mujiatun 2020).

Lembaga keuangan kecil yang terregulasi di Indonesai adalah Bank Perkreditan Rakyat atau disebut BPR. Bank Perkreditan Rakyat pertama kali diperkenalkan oleh BI pada tahun 1978. Setelah adanya reformasi keuangan yang

terjadi pada tahun 1988, BPR dikenal sebagai bank lapis kedua dan sekarang ini BPR sudah mencakup bank-bank yang berlisensi. Sebagian besar dimiliki oleh bank-bank swasta yang telah memenuhi kriteria undang-undang perbankan tahun 1992. Pada tahun 2008 mereka sudah berjumlah 1796 dan terdapat hampir 9.000 lembaga keuangan pedesaan yang tidak terlisensi oleh Bank Indonesia. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), secara year-on-year pertumbuhan kredit BPR pada bulan Juli 2022 yakni sebesar 9% dengan tingkat non-performing loan yang masih terjaga, demikian juga dengan kinerja BPR berdasarkan rasio keuangan. Peran strategis BPR/BPRS tersebut harus didukung oleh penguatan sinergi antara Pemerintah, otoritas keuangan, dan bank sentral agar stabilitas sektor keuangan tetap terjaga dan tata kelola bank menjadi lebih baik dalam memajukan sektor riil, termasuk UMKM, (Handayani 2015).

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Di Indonesia, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki potensi besar untuk semakin berkembang. Bank Perkreditan Rakyat Syariah merupakan lembaga keuangan berbentuk bank yang dalam kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 terjadi perubahan dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Menurut Sumitro (2004:130), konsep dasar operasional BPRS sama dengan dengan konsep dasar operasional pada Bank Muamalat Indonesia, yaitu:

(1) Sistem simpanan murni (al-wadiah), (2) Sistem bagi hasil, (3) Sistem jual beli dan marjin keuntungan, (4) Sistem sewa, dan (5) Sistem upah (feel BPRS merupakan bank yang khusus melayani masyarakat kecil terutama yang berada di kecamatan dan pedesaan. Jenis produk yang ditawarkan oleh BPRS relatif sempit jika dibandingkan dengan bank umum, bahkan ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh BPRS, seperti pembukaan rekening giro dan ikut kliring.

Tujuan berdirinya suatu BPRS adalah meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, menambah lapangan kerja baru, memberikan manfaat dan kebaikan bagi orang yang membutuhkan serta membina semangat

ukhuwahIslamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai. Keunggulan BPRS dapat memberikan layanan perbankan dengan proses yang mudah, pencairan pembiayaan dengan cepat, sederhana, dan tidak memperlakukan persyaratan yang rumit seperti dalam bank umum kepada masyarakat. Kelamahan BPRS sendiri yaitu persaingan, modal, produk yang kurang inovatif, kuantitas dan kualitas SDM serta kurangnya pemahaman dan pemakaian teknologi informasi dan sebagainya, (Sasmitha 2019).

SWOT Digital Berdasarkan kondisi tersebut sangat menarik dilakukan analisis SWOT terhadap lembaga perbankan khususnya perbankan syariah dalam menghadapi pesatnya perkembangan Transformasi Digital saat ini. Penggunaan analisis SWOT dikarenakan analisis SWOT merupakan suatu analisis yang mudah dipahami, partisipatif, suatu analisis yang dapat digunakan atau diterapkan untuk berbagai ukuran organisasi serta dapat juga diterapkan untuk diri sendiri. Keunggulan-keunggulan inilah yang menyebabkan analisis SWOT masih relevan untuk digunakan sampai saat ini walaupun umurnya sudah setengah abad dan ada teknik analisis baru yang merevisi analisis SWOT, (WICAKSANA 2022).

Menurut peneliti sebelumnya Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, PT BPR Andalas Baruh Bukit memiliki kekuatan yang cukup besar untuk memanfaatkan peluang dalam akselerasi transformasi digital. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis matriks IFAS dan EFAS yang menggambarkan posisi PT BPR Andalas Baruh Bukit di kuadran I. Pada kuadran I menggambarkan strategi agresif yang menunjukkan kondisi yang kuat dan berpeluang, sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan pertumbuhan dan meraih kemajuan dengan maksimal, khususnya di bidang akselerasi transformasi digital, (Rasyad 2022).

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, SWOT yang dimiliki perbankan syariah dalam menghadapi perkembangan fintech dalam hal ini PT. Bank BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 pertama, Strength meliputi : (1) Memiliki pangsa pasar yang luas, (2) Memiliki teknologi yang dapat diakses oleh seluruh nasabah, (3) Memiliki produk-produk yang variatif, (4) Bank syariah yang menerapkan prinsip syariah secara kaffah, (5) Asset, pengelolaan dana, dan kemanan lebih terjamin, (6) Memiliki pegawai yang muda-

muda. Kedua, Weakness meliputi : (1) Sistem dan layanan masih belum sempurna begitu juga dengan belum maksimalnya pemakaian digital, (2) Kepuasan layanan masih kurang, (3) Pegawai yang muda-muda. Ketiga, Opportunity, meliputi: (1) Potensi kerjasama dengan platform fintech, (2) Potensi peningkatan pendapatan dengan melakukan kerjasama, (3) Mendorong PT. Bank BSI Tbk untuk melakukan digitalisasi, (Danilo Gomes de Arruda 2021).

Penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti analisis SWOT Transformasi Digital di PT BPRS Al Washliyah karena, analisis SWOT Transformasi Digital sendiri memiliki tujuan untuk mengoptimalkan kekuatan startup dan meminimalkan kelemahan bisnis di suatu perusahaan juga memanfaatkan peluang yang muncul dan mengatasi ancaman di suatu perusahaan tersebut. Analisis SWOT berperan penting dalam perumusan dan pemilihan strategi. Cara ini sebagai penyelesaian masalah. Bisnis yang sukses membangun kekuatan mereka, memperbaiki kelemahan mereka dan melindungi dari kelemahan internal dan juga ancaman eksternal.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengidentifikasi masalah yang jadi perhatian adalah :

1. Masih terdapat BPRS yang belum menerapkan Digitalisasi.
2. Perlu adanya Digitalisasi bagi BPRS.

C. Rumusan Masalah

Dengan adanya permasalahan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Analisis SWOT Transformasi Digital pada PT. BPRS Al-Washliyah?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk menerapkan Digitalisasi Pada PT. BPRS Al-Washliyah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah ;

1. Untuk mengetahui Analisis SWOT (*Strangths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*).
2. Untuk menentukan strategi Digitalisasi yang tepat pada PT. BPRS Al-Washliyah.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap semoga dapat memberikan pengetahuan baru, khususnya tentang Analisis SWOT Transformasi Digital pada perbankan syariah, sekaligus bisa menjadi bahan refrensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, di harapkan menjadi wacana baru sekaligus dapat menjadi acuan strategi yang dapat diterapkan oleh perbankan syariah dalam menghadapi perkembangan Transformasi Digital.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang gambaran umum untuk memberikan wawasan tentang arah penelitian, meliputi : Latar belakang masalah,identifikasi masalah,rumusan masalah,tujuan penelitian,manfaat penelitian,dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Landasan teoritis berisi kajian ilmiah yang meliputi teori serta penelitian terdahulu yang relevan, meliputi : Kajian pustaka,kajian penelitian terdahulu,dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian mengungkapkan cara memuat uraian langkah-langkah penelitian, dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, meliputi: Pendekatan penelitian, Lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh berdasarkan analisis dan pendekatan yang dilakukan peneliti pada subjek penelitian, hasil penelitian dikaitkan oleh teori-teori yang engacu pada hasil penelitian. Pada bab ini meliputi : Deskripsi lokasi penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi simpulan dan saran dari hasil penelitian.

.

.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT Alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan Analisis SWOT dimaksudkan untuk memperjelas semua kekuatan dan kelemahan yang dapat diidentifikasi guna memberi suatu rekomendasi pengembangan berdasarkan potensi-potensi yang tersedia.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus dalam menghadapi tentang kedepannya. Penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa yang akan datang. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).

Menurut H. Abdul Manap (2016) Analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi.

Menurut Freddy (2009) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistimatis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).

Menurut Gitosudarmo (2001) kata SWOT merupakan pendekatan dari Strengths, Weakness, Opportunity, and Threats, yang dapat diterjemahkan menjadi: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman.

Dari berbagai pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan, Analisis Swot adalah bagaimana perusahaan melihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki akibat pengaruh dari dalam perusahaan dan bagaimana perusahaan melihat peluang dan ancaman dari lingkungan luar yang perlu diketahui untuk menyusun strategi yang efektif. Definisi dari faktor-faktor penilaian tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (Strengths)

Adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan relatif perusahaan dan keinginan pasar yang dilayani perusahaan atau diharapkan untuk dilayani. Kekuatan muncul dalam bentuk sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dan pemasok serta faktor lainnya.

b. Kelemahan (weaknesses)

Adalah keterbatasan atau kekurangan yang secara berarti mengurangi kinerja sebuah perusahaan. Sumber dari kekurangan ini berupa sumber daya keuangan, kemampuan manajemen, keterampilan pemasaran dan citra.

c. Peluang (Opportunities)

Adalah yang paling menguntungkan dalam suatu lingkungan perusahaan. Identifikasi peluang dapat dilihat dari segmen pasar, perubahan kompetisi, atau kebijakan pemerintah, perubahan teknologi dan peningkatan hubungan dengan pembeli atau pemasok.

d. Ancaman (Threats)

Adalah situasi yang tidak menguntungkan perusahaan. Bentuk ancaman yang dihadapi perusahaan datangnya dari pesaing, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya kekuatan menawar dari pembeli atau pemasok, pemasok, perubahan teknologi dan perubahan kebijakan.

Jadi secara umum manfaat analisis SWOT adalah :

- 1) Perusahaan menjadi lebih memahami kekuatannya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkannya.
- 2) Perusahaan dapat melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang.
- 3) Perusahaan mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut.
- 4) Perusahaan mengetahui potensi ancaman serta mencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut ,(Utama 2017)

2. Elemen-elemen dalam Analisis SWOT

Elemen-elemen yang ada dalam analisis SWOT terbagi dua bagian yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strenght dan weaknes (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan, dimana ikut mempengaruhi keputusan perusahaan. faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunity dan threat (O dan P).Dimana faktor ini bersanagkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan.Faktor ini mencakup lingkungan industri (industry environtmen) dan lingkungan bisnis makro (macro environtment), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial.

3. Tujuan Penerapan SWOT di Perusahaan

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisa SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik,(Putri 2021)

4.Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat di sesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Ifas (Internal Strategic Factor Analysis Summary) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses).

Efas (External strategic Factor Analysis Summary) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis eksternal dalam kerangka kesempatan/peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats).

Strategi SO adalah strategi yang diterapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Strategi WO adalah strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

Strategi ST adalah strategi yang diterapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman.

Strategi WT adalah strategi yang diterapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman,(Hafiz 2018).

Tabel 2.1
Matriks Kualitatif SWOT

Ifas Efas	Strenghts (kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Opportunities (Peluang/Kesempatan)	Strategi SO (Agresif)	Strategi WO (Turn-around)
Threatss (Ancaman)	Strategi ST (Difersifikasi)	Strategi WT (Defensif)

Sumber gambar : Jusuf Udaya. *Manajemen Stratejik*. Edisi pertama. Graha Ilmu yogyakarta. 2013. H

Matriks SWOT berguna untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tujuannya dari matriks ini adalah untuk menyusun strategi sehingga sesuai dengan misi, sasaran, serta kebijakan perusahaan. Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis adalah memahami seluruh informasi yang terdapat pada suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi, dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah.

Salah satu alat yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan adalah dengan menggunakan analisis SWOT, dimana analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats),(Isra 2017).

5. Transformasi Digital

Transformasi digital adalah tentang melepaskan nilai dari proses bisnis dan mengembalikannya kepada pelanggan dan pengguna data dan analitik untuk menciptakan pengalaman baru dan inovatif. Perjalanan transformasi digital akan menjadikan organisasi yang digerakkan oleh analisis dan menerapkan teknologi AI yang disematkan sebagai kebiasaan.

Transformasi digital secara ekstensif dianggap sebagai pendorong perubahan dalam semua konteks, terutama dalam konteks bisnis, dan mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia berdasarkan pemanfaatan teknologi dan digitalisasi. Teknologi digital telah mengubah sektor publik dengan memengaruhi aplikasi, proses, budaya, struktur, dan tanggung jawab. (Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai modifikasi (atau adaptasi) model bisnis, yang dihasilkan dari laju dinamis kemajuan teknologi dan inovasi yang memicu perubahan perilaku konsumen dan sosial, (Tulungen, Saerang, and Maramis 2022).

Revolusi industri 4.0 membawa berbagai macam perubahan dalam tatanan kehidupan masyarakat saat ini. Salah satu perubahan yang dirasakan adalah perubahan pada era digital yang mempengaruhi beberapa aspek diantaranya adalah industri perbankan syariah. Di era digital, industri perbankan syariah semakin mengembangkan inovasi teknologi perbankan digital. Hal ini dilakukan salah satunya dengan tujuan untuk menarik minat para calon nasabah baru, khususnya bagi kalangan modern atau kaum milenial yang hampir seluruh kegiatannya dilakukan dengan melalui teknologi digital. Perkembangan teknologi digital meningkat di beberapa negara. Era digital di Indonesia ditandai dengan adanya peningkatan pengguna internet oleh masyarakat.

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet mengemukakan bahwa Indonesia memiliki 197,71 juta jiwa pengguna Internet dari total populasi sekitar 266,91 juta penduduk Indonesia, atau dapat dikatakan sudah mencapai 73.7% masyarakat Indonesia yang sudah mampu mengakses internet (APJII, 2019). Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih banyak menggunakan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Dimana dalam hal ini, termasuk

industri keuangan yang ditantang untuk mampu merespon dengan cepat dari segala aspek perubahan pada era digital saat ini, (Ilmiah and Islam 2022).

Perbankan berupaya melayani kebutuhan masyarakat tanpa harus melalui jasa keuangan tradisional (tatap muka) dan dengan aturan yang ketat. Kebutuhan masyarakat menuntut adanya layanan jasa yang bisa diakses secara online dengan aturan atau persyaratan yang lebih mudah, produksi meningkat, banyak manfaat yang akan dirasakan perusahaan yang bertransformasi industri 4.0, diantaranya adalah menurunkan biaya dan waktu luang, meningkatkan kinerja mesin dan peralatan, serta meningkatkan kecepatan operasi produksi dan kualitas produk, pembayaran lebih sederhana, karena telah terhubung dengan internet dalam hal promosi dan jejaring pasar.

Maka pelaku usaha tidak harus bertatap muka dengan konsumen atau mitra kerjanya, pihak perbankan telah menjadi jembatan dalam jasa pembayaran maupun jasa perbankan lainnya, promosi lebih variatif dan kreatif, dalam bisnis yang menggunakan media internet, pelaku bisnis bisa memanfaatkan waktu 24 jam dalam sehari berbeda halnya dengan bisnis konvensional yang umumnya menggunakan waktu jam kerja. Kondisi inilah yang mengharuskan seorang pengusaha atau perusahaan sulit mempertahankan keunggulan kompetitif karena bisa dengan mudah ditiru oleh pihak lain. Oleh karena itu kecepatan inovasi harus konsisten dilakukan untuk menjadi leader pasar, (Aysa 2021).

6. Faktor yang Perlu di Perhatikan dalam Transformasi Digital

Salah satunya keamanan. Proses transformasi digital sangat memerlukan keamanan data yang baik dan efektif karena fakta membuktikan bahwa banyak terjadi ancaman kebocoran data digital serta kejahatan siber. Keamanan yang baik dan efektif melibatkan analisis yang menyeluruh, implementasi, memantau, dan memperbaharui (Putri, Herdiana, Suharya, 2021).

Selanjutnya, strategi perusahaan yang perlu dilakukan adalah dengan menyelaraskan kembali dan memulai proses perubahan mengenai struktur internal dan model bisnisnya. Hal ini karena, transformasi mengacu pada perubahan yang dapat berdampak besar pada strategi dan struktur organisasi. Selain itu, perlu juga

untuk memahami mekanisme digitalisasi serta membangun pemahaman bersama di dalam organisasi (Putri, Herdiana, Suharya, 2021).

Hal ini karena, pemahaman yang buruk tentang digitalisasi dan pemahaman perusahaan akan menciptakan kegagalan strategi dan keputusan yang telah dibuat. Proses transformasi digital melibatkan pengembangan visi strategis, perencanaan, dan implementasi. Dalam pengembangan strategi tersebut manajer perusahaan memerlukan instrumen yang membantu dalam memahami fenomena dan keadaan organisasi saat ini, serta kerjasama dan komunikasi yang baik antara berbagai pihak.

Transformasi digital sendiri memberikan dampak yang signifikan bagi perusahaan. Namun, melakukan transformasi digital merupakan hal yang tidak mudah, yakni membutuhkan strategi dan prioritas yang jelas yang didukung oleh seluruh pelaku, baik internal maupun eksternal perusahaan, (Schwertner 2017).

7. Strategi

Strategi merupakan alat yang akan digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Konsep mengenai strategi terus berkembang dari waktu ke waktu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi berbeda dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat.

Seiring dengan perkembangan disiplin ilmu, pengertian strategi menjadi bermacam-macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli. Chandler yang dikutip Rangkuti (2006:3) menyatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tingkat lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Jadi apabila disimpulkan dari beberapa definisi di atas maka strategi perusahaan adalah gabungan dari kegiatan yang di rencanakan dan reaksi untuk mengantisipasi persaingan dan perkembangan yang tidak terduga dalam perusahaan.

Selanjutnya menurut Rangkuti (2006:4) dalam menentukan strategi yang baik sangat diperlukan pemahaman tentang konsep strategi dan konsep-konsep lainnya.

Konsep-konsep tersebut yaitu:

1. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
2. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Perencanaan merupakan sekelompok usaha yang dinilai efektif. Di mana orang harus mengetahui tentang pencapaian sesuatu sesuai dengan yang diharapkan. Perencanaan strategis merupakan pekerjaan merencanakan strategi untuk menuntun seluruh tindakan perusahaan, proses manajerial untuk membangun dan menjaga kesesuaian antara sumber daya organisasi dan peluang-peluang pasarnya.

Kotler (2002:74) menyatakan bahwa Perencanaan strategis yang berorientasi pasar adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian, dan sumber daya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah.

Tujuan perencanaan strategis adalah untuk membentuk dan menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan. Perencanaan strategi memberikan kerangka kerja bagi kegiatan perusahaan yang dapat meningkatkan ketanggapan dan berfungsi bagi suatu perusahaan. Perencanaan strategis membantu manajer mengembangkan konsep yang jelas untuk perusahaan. Selain itu, perencanaan strategis memungkinkan perusahaan untuk mempersiapkan diri menghadapi lingkungan industri dengan kegiatan yang cepat berubah.

Keunggulan penting lainnya dari perencanaan strategis adalah membantu para manajer melihat adanya peluang yang mengandung resiko dan peluang yang amandan memilih antara dan memilih satu peluang-peluang yang ada. Perencanaan strategi juga mengurangi kemungkinan kesalahan dan kejutan yang tidak menyenangkan, karena penelitian yang seksama telah dilakukan terhadap sasaran, tujuan, dan strategi.

8. BPRS

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai nilai strategis dalam perekonomian Negara Indonesia. Lembaga keuangan bank berperan sebagai lembaga perantara keuangan bagi masyarakat yang kekurangan dana maupun yang kelebihan dana. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 pengertian bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).¹ Pada dasarnya BUS dan BPRS berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan yang diperuntukkan untuk membantu masyarakat dalam menjalankan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang sesuai dengan prinsip syariah, (Sasmitha 2019).

Bank memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat untuk menstabilkan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan usaha kecil. Bank syariah yang berpedoman pada syariat Islam wajib memposisikan diri sebagai *uswatun hasanah* dalam pengimplementasian moral dan etika bisnis yang baik dan benar dalam kegiatan ekonomi. Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam enam kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, antara lain :

- a. Pembiayaan berdasarkan pola jual-beli dengan akad *murabahah*, *salam*, dan *ishtishna*.
- b. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* dan *musyarakah*.
- c. Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*.
- d. Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah*.

Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia semakin menambah daftar nama perbankan syariah, karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam sistem perbankan di Indonesia merupakan sebuah lembaga

keuangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan dengan tidak menggunakan perangkat bunga atau riba yaitu sesuai dengan prinsip syariah.

Perkembangan keberadaan BPRS yang pesat di Indonesia ini tidak didukung oleh faktor-faktor pendukung yang memungkinkan BPRS untuk terus berkembang dan menjalankan kegiatan operasionalnya dengan baik diantaranya adalah dengan kurangnya layanan digital yang dimanfaatkan oleh BPRS dalam kegiatan bisnisnya. Dengan melihat fenomena di atas, perkembangan BPRS dipandang belum menjawab masalah ekonomi yang dialami oleh masyarakat Indonesia.

Menurut Sudarsono (2013:102) dalam prakteknya BPRS mengalami berbagai kendala, kendala tersebut di antaranya adalah kiprah BPRS yang kurang dikenal masyarakat sebagai BPR yang berprinsipkan syariah, sumber daya manusia yang dimiliki BPRS, dan kurang adanya koordinasi baik di antara BPRS maupun dengan lembaga lainnya, (Aisyah et al. 2020).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Faznil Husna S. Rasyad Rahmat Kurnia YuliaFebriani Romi Yunika Putra (2022)	Akselerasi Transformasi Digital PT BPR Andalas Baruh Bukit : Peluang Tantangan Dan Strategi	Metode kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dan perilaku yang dapat diamati	Hasil dari penelitian ini Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, PT BPR Andalas Baruh Bukit memiliki kekuatan yang cukup besar untuk memanfaatkan peluang dalam akselerasi transformasi digital. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis matriks IFAS dan EFAS yang menggambarkan posisi PT BPR Andalas Baruh Bukit di kuadran I. Pada kuadran I menggambarkan

				strategi agresif yang menunjukkan kondisi yang kuat dan berpeluang, sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan pertumbuhan dan meraih kemajuan dengan maksimal,
2.	Siti Rokibah (2021)	Analisis SWOT Perbankan Syariah Menghadapi Perkembangan <i>Financial Tehnology (Fintech)</i> (Studi Kasus di PT. Bank BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1)	Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus	Hasil dari penelitian ini adalah Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, SWOT yang dimiliki perbankan syariah dalam menghadapi perkembangan <i>fintech</i> dalam hal ini PT. Bank BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 pertama, <i>Strength</i> meliputi 1) Memiliki pangsa pasar yang luas, 2) Memiliki teknologi yang dapat diakses oleh seluruh nasabah, 3) Memiliki produk-produk yang variatif, 4) Bank syariah yang menerapkan prinsip syariah secara <i>kaffah</i> , 5) Kedua, <i>Weakness</i> meliputi 1) Sistem dan layanan masih belum sempurna, 2) Kepuasan layanan masih kurang, 3) Pegawai yang muda-muda. Ketiga, <i>Opportunity</i> meliputi 1) Potensi kerjasama dengan <i>platform fintech</i> , 2) Potensi peningkatan pendapatan dengan melakukan kerjasama, 3) Mendorong PT. Bank BSI Tbk untuk melakukan digitalisasi dan otomatisasi yang

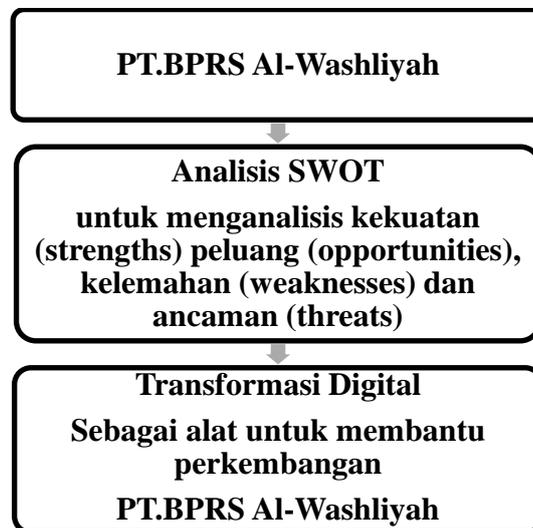
				berdampak kepada semakin murahnya biaya operasional. Keempat, <i>Threat</i> meliputi 1) <i>Trend</i> globalisasi transaksi. 2) <i>Fintech</i> menawarkan transaksi sejenis dengan perbankan.
3.	Alyah Arfianti (2017)	Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT.TRIMEGA Syariah Kantor Cabang Makasar	Metode kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif	Hasil dari penelitian ini adalah PT. Tri Mega Syariah meningkatkan strategi bersaing dengan menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, memaksimalkan pelayanan pengiriman barang meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, dan mempertahankan citra perusahaan di mata masyarakat.

Meskipun sudah banyak penelitian yang dilakukan terkait judul Analisis SWOT Transformasi Digital, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian lainnya. Penelitian ini memiliki perbedaan pada tempat lokasi penelitian dan juga objek yang berbeda pada penelitian terdahulu. Penelitian ini lebih berfokus dengan Analisis SWOT untuk mencari strategi yang tepat untuk perkembangan Digitalisasi bagi PT. BPRSAL-Washliyah.

C. Kerangka Pemikiran

bidang peminjaman dan penyimpanan uang secara syariah dengan sesuai syariat islam dengan landasan Al-Qur'an dan Hadits. Maka dalam menjalankan aktivitas usahanya yakni untuk meningkatkan pasar dan pendapatan perusahaan serta untuk mengantisipasi persaingan dari perusahaan pesaing lainnya yang menawarkan produk yang sejenis. Perusahaan ini perlu menerapkan analisis SWOT (kekuatan,

kelemahan, peluang dan ancaman), hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat memastikan kondisi atau aspek kelemahan dan kekuatan produk yang ditawarkan, serta memperhatikan adanya ancaman dari perusahaan pesaing, dan adanya peluang yang dihadapi oleh perusahaan dalam meningkatkan strategi pasar. Dengan menggunakan kecanggihan digital yang sudah sangat berkembang sangat pesat di zaman sekarang, tentu hal ini sangatlah membantu PT. BPRS Al-Washliyah untuk semakin berkembang dan banyak nasabah yang semakin mengenal PT. BPRS Al-Washliyah sebagai tempat penyimpanan dan peminjaman uang secara syariah, dengan akses yang mudah dan cepat.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Olahan penulis

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini akan dilakukan dilapangan atau dilokasi penelitian. Dalam penelitian kualitatif ini, sampel sumber data menggunakan teknik purposive sampling yaitu dipilih dengan mempertimbangkan tujuan tertentu

Menurut Baswori dan Suwandi, melalui penelitian kualitatif, peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian kualitatif peneliti terlibat dalam konteks dengan situasi dan setting fenomena alami sesuai yang sedang diteliti. Setiap fenomena merupakan sesuatu yang unik, yang berbeda dengan lainnya karena berbeda konteksnya. Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan studi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. BPRS Al Washliyah Medan yang beralamatkan di Jl. Gunung Krakatau No.28 Medan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukans elama 4 bulan yaitu Desember 2022 sampai dengan Maret 2023. Rincian waktu penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Keterangan	Des				Januari				Februari				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset Awal/Pengajuan Judul				■																								
Bimbingan Proposal								■																				
Seminar Proposal											■																	
Penelitian															■													
Penulisan Hasil Penelitian															■													
Bimbingan Skripsi																			■									
Sidang kripsi																												■

C. Sumber Data Penelitian

Dalam mengumpulkan segala sesuatu mengenai data, sumber data dapat di bedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Primer

Data yang digunakan oleh peneliti adalah data yang diperoleh dari objek penelitian, dimana dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dari PT. BPRS Al Washliyah. Data ini merupakan hasil dari kegiatan observasi terhadap kejadian dan juga hasil dari kegiatan pengkajian.

2. Sekunder

Data sekunder yang peneliti gunakan ialah data yang diperoleh dari data kepustakaan atau dari jurnal-jurnal maupun artikel penelitian terdahulu, yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti. Data ini sebagai data awal sebelum peneliti terjun ke lapangan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai pelengkap pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Penulismemperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut.

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan ini dengan cara:

a. Observasi

Yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.

b. Wawancara

Yaitu peneliti mengadakan wawancara secara langsung dengan pimpinan perusahaan dan sejumlah karyawan atau narasumber kunci yang mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yaitu apa saja yang menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada PT. BPRS Al Washliyah.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca beberapa buku literatur-literatur, mengumpulkan dokumen-dokumen, melihat arsip, maupun catatan penting yang dimiliki oleh organisasi yang berhubungan dengan permasalahan penulisan skripsi ini dan selanjutnya diolah kembali.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya pemecahan permasalahan penelitian untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang diteliti permasalahan dalam penelititan ini akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, analisis IFAS(*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*) untuk merancang strategi pengembangannya.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki oleh PT. BPRS Al-Washliyah.

2. Analisis Internal dan Analisis Eksternal

Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Untuk mengevaluasi faktor tersebut digunakan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*). Penentuan faktor strategi internal dilakukan sebelum membuat matriks IFAS.

Tabel 3.2 Matrik Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang :			
Ancaman :			
Total	1,0		

Sumber : Rangkuti (1997:25)

Selanjutnya, analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada. Untuk maksud tersebut digunakan matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*), seperti disajikan di bawah ini.

Tabel 3.3 Matrik External Factors Analysis Summary (EFAS)

Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang :			
Ancaman :			
Total	1,0		

Sumber : Rangkuti (1997:25)

Dalam pengisian matrik tersebut untuk kolom pertama disusun variabel dari faktor-faktor strategi perusahaan yang telah teridentifikasi yang terdiri atas variabel-variabel dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Untuk kelompok kedua diisi dengan memberikan nilai bobot faktor-faktor perusahaan dengan menggunakan skala likert yang telah ditentukan sebelumnya.

Selanjutnya, menentukan nilai-nilai ranting dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kolom tiga adalah sebagai berikut:

a. Dalam pemberian nilai untuk variabel kekuatan dan peluang.

Kedua variabel memiliki pola pengaruh yang bersifat positif terhadap perusahaan, di mana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut:

Memiliki pengaruh positif sangat kecil 1

Memiliki pengaruh positif kecil 2

Memiliki pengaruh positif besar 3

Memiliki pengaruh positif sangat besar 4

b. Pemberian nilai untuk variabel kelemahan dan ancaman.

Kedua variabel memiliki pola pengaruh yang bersifat negatif terhadap perusahaan, di mana tingkat pengaruh tersebut diberi nilai sebagai berikut:

Memiliki pengaruh negatif sangat besar 1

Memiliki pengaruh negatif kecil 2

Memiliki pengaruh negatif kecil 3

Memiliki pengaruh negatif sangat kecil 4

Bobot adalah jumlah nilai dari faktor strategi perusahaan dengan skala nilai 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting). Bobot dan ranting di rumuskan sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Total Penilaian}} \times X$$

Ranting adalah nilai dari faktor strategis perusahaan dengan skala 1 (*poor*) sampai dengan 4 (*outstanding*). Fungsi pemberian ranting adalah untuk mengetahui apakah faktor strategis perusahaan dapat memberikan dampak positif

(+) yaitu kekuatan dan peluang, sedangkan faktor negatif (-) dapat menjadi faktor ancaman dan kelemahan.

Sedangkan untuk mengisi kolom 4 dilakukan perhitungan skor pembobotan dengan mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating dengan kolom 3. Kemudian, jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana strategi pemasaran bereaksi terhadap faktor-faktor strateginya.

3. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT)

Pada tahap ini dilakukan analisis dan penentuan keputusan menggunakan pendekatan matrik SWOT. Berdasarkan analisis matrik SWOT dirumuskan 22 berbagai kemungkinan alternatif strategi pengembangan Transformasi Digital yang akan digunakan PT.BPRS Al-Washliyah. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi objek seperti:

strategi Strengths Opportunities (SO), Strengths Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO) dan Weaknesses Threats (WT). Keterangan :

- a. Strategi SO, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT, yaitu kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Setelah strategi dirumuskan maka dilanjutkan dengan perumusan program yang merupakan suatu rencana aksi (action plan).

Tabel 3.4 Matriks Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. BPRS memberikan layanan perbankan dengan proses yang mudah pencairan pembiayaan dengan cepat, dan sederhana. 2. Memiliki pangsa pasar yang Luas. 3. Pengelolaan dana dan keamanan yang lebih terjamin. 	<p style="text-align: center;">Weaknseses (w)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem layanan yang belum sempurna. 2. Pemakain digital yang belum semuanya sempurna, sebagai sarana informasi dan promosi.. 3. Sdm karyawannya yang sedikit..
<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang eksternal ekonomi mikro yang semakin membaik. 2. Banyaknya instansi atau organisasi Al-Washliyah yang tersebar di Sumatera Utara.semakin berkembang. 3. Kemajuan teknologi. 	<p style="text-align: center;">Strategi so</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Memanfaatkan penjualan produk lewat media sosial. 2. Memaksimalkan pelayanan terhadap nasabah, serta melakukan promosi secara langsung ke sekolah atau instansi- instansi AL-Washliyah, dan masyarakat luas. 3. Menjaln hubungan yang baik lagi dengan intansi atau platform-platform lainnya. 	<p style="text-align: center;">Strategi wo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan dan mempercepat layanan dan keluhan dari nasabah. 2. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital yang ada. 3. Memperbanyak variasi produk yang dijual.

<i>Threats (T)</i>	<i>Strategi st</i>	<i>Strategi wt</i>
1. Promosi perusahaan dari pesaing yang semakin variatif. 2. Banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis. 3. Pemahaman nasabah yang kurang, mengenai bank syariah.	1. Memaksimalkan promosi produk yang sudah dikenal. 2. Meningkatkan daya saing perusahaan. 3. Meningkatkan daya tarik nasabah terhadap perusahaan dengan menggunakan teknologi.	1. Memperkuat layanan . 2. Memperkuat dan meningkatkan digitalisasi dalam kegiatan oprasional. 3 Meningkatkan kualitas Karyawan dan terjun langsung kelapangan untuk memberi pemahamn tentang BPRS dan bank syariah.

Sumber : Olahan penulis

F. Teknik Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dibutuhkan untuk membuktikan bahwa data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya melalui verifikasi data. Ada empat kriteria dalam pengecekan keabsahan data yaitu kepercayaan (credibility), keteralihan (transferability), ketergantungan (dependability), dan kepastian (confirmatibility), (Moleong 2021).

Kredibilitas membuktikan antara kesesuaian antara hasil pengamatan dan kenyataan yang ada di lapangan. Untuk mencapai kredibilitas peneliti :

1. Kepercayaan (Kredibilitas)

Kredibilitas membuktikan antara kesesuaian antara hasil pengamatan dan kenyataan yang ada di lapangan. Untuk mencapai kredibilitas peneliti :

- a. Tekun dalam Mengamati, peneliti melakukan observasi terus menerus secara mendalam, serta mengetahui aspek yang penting fokus, dan relevan dengan topik yang diteliti.
- b. Triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber di luar data sebagai bahan perbandingan, kemudian dilakukancrosscheck, agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua triangulasi, yaitu triangulasi teknik/metode, dan triangulasi sumber data. Hal ini sesuai dengan pernyataan Faisal bahwa untuk mencapai standar kredibilitas, setidaknya

2. Transferability (keteralihan)

Berfungsi membangun keteralihan dalam penelitian dengan uraian rinci. Dengan teknik ini, peneliti akan melaporkan hasil penelitian dengan seakurat dan serinci mungkin, untuk bisa menjawab masalah dari fokus penelitian.

3. Dependability (Ketergantungan)

Adalah kriteria penilaian tentang bermutu atau tidaknya proses penelitian. Untuk itu dalam proses penelitian, peneliti diawasi oleh dosen pembimbing peneliti yaitu ibu Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

4. Confirmatibility (Kepastian)

Adalah kriteria untuk menilai kualitas hasil penelitian dengan perekaman data dan informasi dan hasil interpretasi berupa hasil perekaman wawancara, foto, hasil analisis data, dan catatan proses mulai dari metodologi, dan usaha keabsahan. Penilaian kualitas hasil penelitian dilakukan oleh dosen pembimbing peneliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi penelitian

1. Sejarah Singkat PT. BPRS Al Washliyah

Periode 1 beroperasi sejak tanggal 08 November 1994, yang semula berkedudukan di jl. Perintis Kemerdekaan No. 151-A Tanjung Morawa. Diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara H. Raja Inal Siregar, H. Suprpto sebagai Direktur Utama, Ir. H. M. Arifin Kamidi, M.Si., H. Maslim Batu Bara, Khalifah Sitohang, Hidayatullah, S.E., dan H. Murah Hasyim sebagai Komisaris.

Pada Periode Ke II dibentuk nama struktur organisasi baru, yaitu: Direktur Utama H. T. Kholisbah dan sebagai Komisaris Ir. H. M. Arifin Kamidi, M.Si., H. Maslim Batu Bara, Khalifah Sitohang, Hidayatullah, S.E., Drs. H. Miftahuddin MBA.

Pada periode ke III, tepat pada tanggal 02 April 2003 Kantor PT. BPRS Al Washliyah berpindah tempat di jl. SM. Raja No. 51 D, Simpang Limun Medan, yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara, yakni H. T. Rizal Nurdin. Dan Hidayatullah S.E. di angkat sebagai Direktur Utama, sedangkan Komisarisnya adalah Ir. H. M. Arifin Kamidi, Drs. H. Miftahuddin MBA.

Bank menjalankan operasinya berdasarkan Syariah Islam, dengan menjauhkan praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung riba dan sejak tahun 2013 PT. BPRS Al Washliyah telah memiliki Gedung baru di jl. G. Krakatau No. 28 Medan, yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara, yakni H. Gatot Pudjonugroho. Pada tanggal 06 Januari 2014 sebagai Komisaris Drs. H. Miftahuddin MBA. Dengan pengawasan Syariah adalah Drs. H. Arso, S.H., M.Ag. sebagai Direktur utama Sauril Rahmadi Hutabarat, SP. dan Direktur Operasi Tri Auri Yanti, S.E., M.E.I.

2. Visi, Misi

a. Visi

“Menjadikan PT. BPR Syariah Al Washliyah sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan umat”

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan yang optimal berdasarkan prinsip syariah dengan mengutamakan kepuasan.
- 2) Menjalankan bisnis yang sehat, serta melahirkan ide-ide inovatif untuk mendorong usaha bersama.

3. Tujuan Perusahaan

Tujuan utama manajemen PT. BPRS Al Washliyah adalah merencanakan dan mengatur perusahaan untuk menambah penghasilan meningkatkan profit oriented.

4. Makna Logo Perusahaan

a. Susunan lembaran uang

Dasar logo susunan lembaran uang yang berarti operasional perusahaan ini bergerak di bidang perbankan, dimana prosedurnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat sesuai dengan ketentuan dan syariat islam.

b. Lambang “aw”

aw merupakan singkatan dari nama PT. BPRS Al Washliyah, kata Al Washliyah berasal dari Bahasa Arab yang berarti perkumpulan atau penghimpunan yang menghubungkan manusia dengan Allah (hablum minallah) dan menghubungkan manusia dengan manusia (hablum minannas) yang bertujuan untuk kemaslahatan umat islam dan Indonesia pada umumnya.

c. Lingkaran pada singkatan “aw”

Yang berarti dalam menjalankan operasionalnya, BPRS tetap dalam lingkaran ketentuan syariat Islam dan tidak boleh melanggar korider keislaman.

d. Warna hijau

Warna hijau dalam kepercayaan agama Islam dimaknai sebagai makna kesucian. Setiap mukmin itu wajib suci hati, rohani, jasmani serta budi pekertinya dan lemah lembut dalam mencapai kemuliaan dan perdamaian yang kekal dimuka bumi ini. “Adakah tidak engkau lihat sesungguhnya Allah tidak menurunkan diri dari langit akan air mata jadilah bumi hijau, sesungguhnya Allah maha pengasih lagi maha mengetahui”.

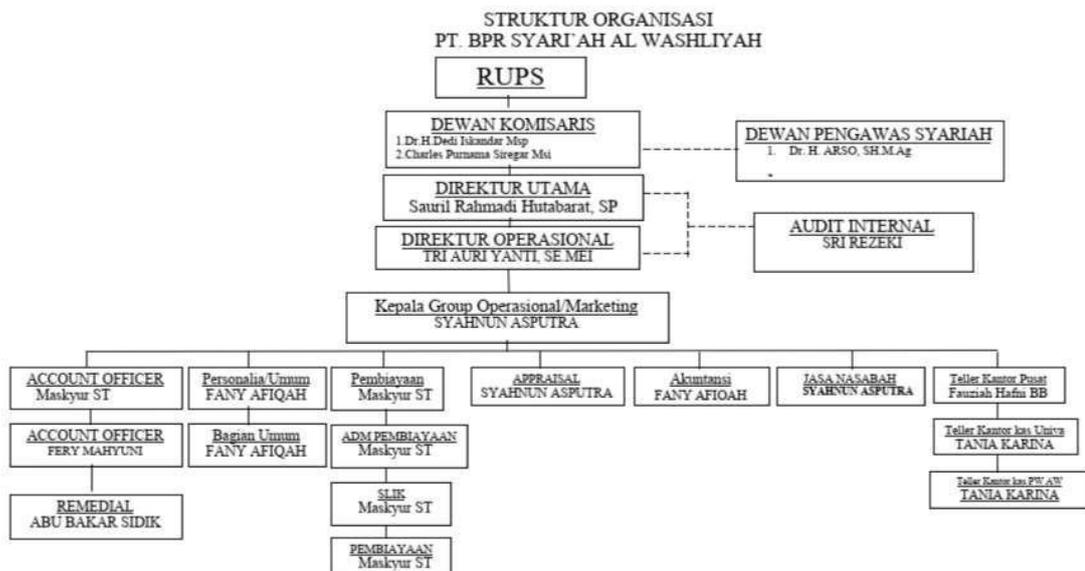
e. Bintang

Bintang di ibaratkan sebagai lambang Islam yang merupakan suatu pedoman keselamatan yang ada di air dan di darat. Sampai kapanpun akan tetap bersahaja mengikuti perintah Allah SWT. Makna ini sesuai dengan cita-cita organisasi Al Washliyah sebagai organisasi Islam yang Moderasi.

f. Tulisan berwarna emas melambangkan kejayaan.

5. Struktur Organisasi Perusahaan dan Deskripsi Tugas

a. Gambar Struktur Organisasi Perusahaan



4.1 Gambar Struktur Orgaisasi Perusahaan Pt. BPRS Al-Washliyah

Struktur organisasi adalah keseluruhan dari pengelompokan tugas, wewenang dan tanggung jawab sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai satu kesatuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan.

b. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

1) Dewan Komisaris

- a) Dewan Komisaris bertindak sebagai badan yang melakukan pengawasan dan kebijakan direksi serta memberikan nasehat kepada Dewan Direksi strategi dan berbagai hal kebijakan.
- b) Memonitor kemajuan dan hasil dari kebijakan program dan keputusan yang dibuat Dewan Komisaris atau rapat umum pemegang saham (RUPS).
- c) Menyelenggarakan rapat Dewan Komisaris dan memimpin rapat umum pemegang saham.
- d) Melakukan pertemuan bulanan dengan Dewan Direksi untuk membahas dan meminta penjelasan atas strategi kebijakan, proyeksi dan tindakan yang diambil Dewan Direksi dalam memaksimalkan nilai saham atau percepatan untuk mencapai profitabilitas.
- e) Melakukan komunikasi rutin dengan Dewan Direksi untuk rmasi-informasi dalam rangka upaya untuk peningkatan efisiensi operasional perusahaan dan kondisi keuangan.

2) Dewan Direksi

Dewan direksi bertindak sebagai badan eksekutif perusahaan dibawah pimpinan Direktur Utama, bertanggung jawab atas semua kebijakan yang strategis dan oprasional perusahaan sehari-hari. Dewan Direksi juga bertanggung jawab atas semua pemegang saham dalam RUPS. Direktur Utama, pemegang jabatan Direktur Utama bertindak sebagai pimpinan eksekutif perusahaan dan secara keseluruhan mempunyai tanggung jawab strategi dan manajemen sehari-hari terhadap aktivitas persero. Pada dasarnya Direktur menetapkan arah, tujuan, dan strategi serta control atas kerja yang

sinergis antara bidang keuangan, operasional, teknik, pemasaran, pengembangan bisnis dan umum. Pemegang jabatan ini juga bertanggungjawab terhadap pengelolaan sumber daya manusia secara keseluruhan mulai dari seleksi dan rekrutmen, pelatihan dan pengembangan dan yang lain-lainnya secara rinci dilakukan. kerangka hubungan perusahaan yang dikelola oleh bagian umum.

3) Dewan Pengawas Syariah

Tugas dan tanggungjawab dari Dewan Pengawas Syariah adalah :

- a) Memberikan sarandan nasehat kepada Dewan Direksi, serta mengawasi aktivitas bank, dan dilakukan sesuai dengan prinsip syariah.
- b) Menilai dan memastikan pemenuhan prinsip syariah sebagai dasar atau pedoman dalam aktivitas dan produk yang dikeluarkan oleh bank.
- c) Mengawasi proses pengembangan produk baru dari bank.
- d) Meminta fatwa kepada Dewan Syariah Nasional untuk produk baru yang belum ada fatwanya.
- e) Melakukan riview secara berkala atas pemenuhan prinsip syariah terhadap mekanisme penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan bank.
- f) Meminta data informasi terkait dengan aspek syariah dari satuan kerja bank dalam rangka pelaksanaan tugasnya.

4) Direktur Utama

Tugas pokok

- a) Membuat Penanggung jawaban PT. BPRS Al Washliyah secara keseluruhan.
- b) Perencanaan kerja bidang pemasaran dan operasi bank.
- c) Membuat proyeksi rencana anggaran baru.
- d) Mempersiapkan tenaga sumber daya manusia yang terampil.
- e) Melaksanakan fungsi-fungsi manajemen.
- f) Melaksanakan pemberian keputusan pembiayaan sesuai limit didalam anggaran dasar.

- g) Memberikan persetujuan pengangkatan kenaikan pangkat/gaji pegawai.
 - h) Mengeluarkan persetujuan pengangkatan pegawai (SK).
 - i) Melaksanakan *solicit customer* untuk upaya penghimpunan dana dan penempatan dana.
- 5) Direktur Operasional
- a) Melakukan *supervise* terhadap area oprasioanal.
 - b) Melakukan *supervise* staf teller, akuntansi atau deposit, pembiayaan, dan umum.
 - c) Memastikan laporan keuangan disiapkan dengan akurat.
 - d) Melakukan cash pada akhir hari.
 - e) Melakukan pemeriksaan terhadap kelayakan pencairan pembiayaan.
 - f) Melakukan penyimpanan dokumen pembiayaan (*safe keeping and loan documentarion*).
 - g) Melakukan update data saham dan terkait dengan hubungan kepada pemegang saham.
- 6) Internal Control
- Tugas Pokok
- a) Pemeriksaan harian
 - b) Pemeriksaan bulanan
 - c) Pemeriksaan tahunan
- 7) *Supervisor Marketing*
- a) Mengkoordinir tugas-tugas dibagian sub bidang pemasaran.
 - b) Memeriksa kelengkapan data-data calon nasabah.
 - c) Melaksanakan pemeriksaan proses analisa pembiayaan
 - d) Melaksanaan peninjauan usaha calon debitur.
 - e) Melaksanakan monitoring system pembiayaan yang telah dicairkan.
 - f) Melakukan hasil pemeriksaan hasil kredit riview untuk klarifikasi.

8) *Super Visor Operasional*

- a) Sebagai duty officer sesuai intruksi oprasional.
- b) Pemegang kunci biasa ruang khasanah.
- c) Memeriksa laporan kas opname teller setiap hari.
- d) Memeriksa tiket-tiket dan membuat rekapitulasi neraca.
- e) Membuat penyusunan inventaris dan rupa-rupa aktiva.

9) *Teller*

- a) Mengatur dan bertanggungjawab atas dana kas yang tersedia.
- b) Memberikan pelayanan transaksi non tunai.
- c) Memeriksa cek/bilyet giro yang jatuh tempo
- d) Bertanggung jawab atas kecocokan pencatatan transaksi dengan dana kas yang terjadi secara harian.

10) *Customer Service*

- a) Melaksanakan pengadministrasian
- b) Memberikan surat-surat masuk/keluar dan pengadminis trasian dokumen- dokumen nasabah menyangkut Tabungan/Deposito.
- c) Membantu nasabah dalam melakukan pembukuan
- d) Memberian informasi kepada nasabah
- e) Melakukan proses bagi hasil tabungan dan deposito pada akhir tahun.

11) *Pembiayaan*

- a) Melakukan pembukuan atas semua transaksi pembiayaan
- b) Mencatat transaksi pembayaran kedalam kartu pembiayaan
- c) Memuat daftar pembiayaan/piutang jatuh tempo.
- d) Mencetak ke kartu kunjungan debitur hasil dari penagihan.
- e) Membuat laporan pinjaman kepada Dewan Komisaris dan Laporan sandi pinjaman ke OJK.

12) *Accounting*

- a) Mempersiapkan buku besar, Sub Ledger, Sub-sub Ledger, dan General Ledger.
- b) Melaksanakan penelitian keabsahan tiket sebelum dilakukan posting ke buku besar.

- c) Memeriksa dan memastikan mutasi tanggal sebelumnya telah nihil pada program pembukuan.
- d) Melaksanakan posting berdasarkan nama dan nomor-nomor perkiraan rekening.
- e) Memeriksa dan mencocokkan hasil posting antara back sheet dengan tiket dan rekening buku besar, bila cocok dilakukan paraf petugas pemeriksa.
- f) Membuat laporan keuangan harian neraca dan laporan laba rugi kepada Kepala Bidang Oprasional.
- g) Membuat laporan posisi likuiditas harian kepada Direksi dan Membuat buku besar (poffing lampiran neraca) setiap akhir bulan.

13) *Account Officer*

- a) Membantukepada grup marketing dan pimpinan dalam pemenuhan budget, khususnya untuk asset grown.
- b) Mencapai goal/target dalam hal peningkatan income/profit dan asset bank, mempertahankan exiting debitur/deposan, mencari nasabah baru, dan memasarkan produk bank Al Washliyah (PT. BPR Syariah).
- c) Mencari nasabah (deposan dan debitur) dan monitoring, memelihara dan memanage seluruh fasilitas yang diberikan atau produk yang ditawarkan dengan tujuan mempertahankan asset bank serta mencari keuntungan (profit) bagi perusahaan.
- d) Mencari volume “source of founds” dan “use of founds” sesuai target yang ditentukan.
- e) Meningkatkan fortfolio pembiayaan, deposito, serta memasarkan secara luas sevis produk bank Alwashliyah (PT. BPR Syariah) dan controlling atas aktivitas marketing secara umum.
- f) Bertanggungjawab atas proses perpanjangan pembiayaan yang telah jatuh tempo atas debitur yang langsung menjadi tanggungjawabnya.

14) Administrasi pembiayaan

- a) Memeriksa dan mengurus kelengkapan dokumen-dokumen yang terkait dengan pembiayaan yang akan atau diberikan, seperti dokumen agunan dan data lainnya.
- b) Menyiapkan surat-surat perjanjian dan surat peningkatan agunan yang terkait dengan pengajuan pembiayaan nasabah.
- c) Mengawasi dan bertanggungjawab atas pengarsipan semua dokumen pembiayaan nasabah, khususnya berkas jaminan pembiayaan nasabah.
- d) Menghitung, mencatat, dan melakukan pembayaran asuransi serta jasa pengikat atau pemblokiran jaminan nasabah kepada pihak lain.
- e) Menghubungi Notaris untuk peningkatan secara notariel dan keaslian dokumen.
- f) Menghubungi perusahaan asuransi jiwa, kebakaran, dan kendaraan. Buat pemblokiran Kepala Desa/Lurah dan camat untuk jaminan.

B. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan metode wawancara langsung. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data memberikan pertanyaan langsung kepada responden yang berkompeten dalam permasalahan yang sedang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah pada hari senin tanggal 09 Mei 2023.

Tabel 4.1 Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, PT. BPRS AL-Washliyah sebagai salah satu lembaga keuangan pastinya dituntut untuk terus	Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut: “Kita sudah berinovasi melalui media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp group, atau dari

	<p>melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, lantas bagaimana tanggapan PT. BPRS AL-Washliyah mengenai inovasi Transformasi teknologi dalam bentuk digitalisasi perbankan?</p>	<p>pegawai PT. BPRS AL-Washliyah sendiri masing-masing ikut serta mempromosikannya, PT. BPRS AL-Washliyah sendiri juga tidak bisa berkontribusi banyak dikarenakan belum memiliki fasilitas atm, seperti bank umum, tapi kita masih bisa mengimbangi. Kenapa demikian dikarenakan BPRS sendiri masih memiliki modal yang kecil belum besar, berbicara dengan teknologi BPRS ini pasarnya mikro, artinya yang kita layani dibawah dua ratus juta, khusus PT.BPRS AL-Washliyah itu sendiri.”</p>
2.	<p>Apakah PT. BPRS AL-Washliyah sudah mempunyai teknologi yang memadai untuk menjamin keberlangsungan digitalisasi perbankan?</p>	<p>Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut: “PT. BPRS AL-Washliyah mempunyai teknologi tetapi belum sempurna, ada beberapa prodak yang sudah digitalisasi dan ada yang masih manual, hampir sama seperti jawaban di pertanyaan nomor satu tadi, karena terkendalanya modal yang masih kecil, sehingga belum sempurna untuk digitalisasinya.”</p>
3.	<p>Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah sendiri untuk menerapkan digitalisasi di era kemajuan teknologi yang sudah sangat berkembang?</p>	<p>Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut: “Strategi PT. BPRS AL-Washliyah untuk saat ini kita benerin dulu di modalnya, diperkuat dulu di modalnya, setelah modalnya kuat kita bisa memikirkan teknologi yang lebih maju seperti bank umum. Karena BPRS itu dibawah dari bank umum lingkupnya, kalau bank umumkan sudah pasti nasional, saat ini kita baru bekerja sama dengan pihak sekolah ataupun kampus di umn maupun di univa, misalnya</p>

		terkait pembayaran uang kuliah, kita harus datang langsung ke kantor kasnya masing-masing, tidak seperti bank umum yang sudah bisa secara langsung melalui aplikasi”
4.	Melihat perkembangan yang sangat pesat dalam bidang teknologi, apakah kedepannya PT. BPRS AL-Washliyah akan melakukan kerjasama dengan platform-platform yang mendukung Transformasi digital dengan mnggunakan sebuah aplikasi untuk membantu memudahkan pelayanan nasabah dalam bertransaksi?	Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut: “Sudah pasti akan melakukan kerja sama, kalau tidak pasti kita akan ketinggalan, bank umum syariah hampir sudah semua kita menjalin kerja sama, baik sistemnya channeling, pendanaan, pembiayaan kita sudah bekerjasama.”
5.	Dengan adanya kemajuan teknologi seperti sekarang ini, apakah PT. BPRS AL-Washliyah sudah memanfaatkan teknologi digital tersebut secara maksimal?	Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut: “Dengan yang sudah berjalan sudah dimanfaatkan dengan maksimal, setengahnya saja yang sudah maksimal tapi yang ada aja yang dimaksimalin”
6.	Apa saja promosi yang sudah dilakukan PT. BPRS AL-Washliyah ?	Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut: “ kita melakukan promosi secara langsung melalui edukasi ke masyarakat umum, ke sekolah-sekolah, ke kampus-kampus, ke pengajian-pengajian, kita edukasi dan literasi, artinya kita tidak hanya menjula prodak banknya, tetapi ita juga megedukasi masyarakat, untu bertransaksi di perbankan syariah. Promosi juga lewat media sosial seperti instagram dan facebook, dan pegawai juga wajib mengshare dan mempromosikannya.”

7.	<p>Apa saja layanan kemudahan yang diberikan PT. BPRS AL-Washliyah terhadap nasabah?</p>	<p>Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut:</p> <p>“Kemudahan layanan yang kita berikan itu cepet bola, cepet bola itu maksudnya kalau di bank umum itu kan, sudah diberikan kemudahan seperti m-banking ataupun atm. Kalau di BPRS sendiri ada namanya, angkat telfon atm, angkat telfon meluncur, misalnya ada nasabah, saya mau tarik dana butuh lima puluh juta hari ini, kita siap antar kerumah nasabah langsung, atau saya mau setor seratus juta misalnya, itu namanya pickup service. Jadi yang seperti itu kemudahan yang kita berikan, walaupun dari sisi teknologinya kita tidak secanggih bank umum, tapi kita upayakan bisa mengimbangi bank umum, dengan pelayanannya yang ekstra.”</p>
8.	<p>Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah menjaga kualitas performa yang baik dalam melayani nasabah?</p>	<p>Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut:</p> <p>“Strateginya kita jaga betul-betul nasabah kita agar tidak lari dari kita, untuk pindah ke bank lain, misalnya ketika dia berulangtahun, kita ingatkan atau membrikan ucapan selamat, selamat ulang tahun ya pak/bu, kalau misalnya dia nasabah prioritas kita, kita pasti kasih</p>

		bingkisan. Artinya kita menanamkan silaturahmi, menanamkan kepercayaan, keyakinan supaya tidak pindah ke bank lain, misalnya dia ada acara keluarga kta di undang, kita datang atau misalnya kita berkunjung. Walaupun diluar sana banyak bank-bank ang lebih canggih, tapi dia udah kekita gitu, udah ga mau pindah kelain hati.”
9.	Apa saja yang menjadi keunggulan atau kekuatan PT. BPRS AL-Washliyah?	Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut: “keunggulan tersendiriya kita ada beberapa prodak unggulan, keunggulan BPRS itu salah satunya, kalau menabung disini tidak terkena potongan, minimal saldo itu sepuluh ribu bahkan untuk pelajar lima ribu, selain tidak ada potongan bebas juga mau setor berapapun, keunggulan lainnya juga deposito kita bagi hasilnya lebih tinggi dari bank umum.kalau orang mau pinjaman di kita kalau di bank umum harus jaminan sertifikat, kalau kita bisa surat camat, notaris bisa, bpkb bisa, kemudia kita prosesnya cepat.”
10.	Apa saja yang menjadi kelemahan PT. BPRS AL-Washliyah?	Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut: “Kelemahannya tersendiri , kalau berbicara tentang teknologi novasi pasti kita kalah lah, kita tidak ada atm, cabang kita ga banyak, kita hanya kantor kas.”
11.	Apa saja yang menjadi peluang PT. BPRS AL-Washliyah?	Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut: “Untuk peluangnya, kan banyakkan sekolah Al-Washlilyah ataupun

		<p>pengajian-pengajian, jadi dengan nama Al-Washliyah itu, itu menjadi peluang bagi kita PT.BPRS AL-Washliyah pasti targetnya orang-orang Al-Washliyah di Sumatra Utara ini, peluangnya kita merangkul masyarakat-masyarakat kecil, kita sudah bekerja sama dengan salah satunya yaitu travel umroh, sudah menjalin kerja sama ke sekolah dan kampus umsu juga sudah berkerjasama dengan kita potensi utama, kerjasama itu yang kita galakan lagi supaya BPRS AL-Washliyah ini besar, kalau banyak nasabahnya kan profitnya juga semakin besar.”</p>
12.	<p>Apa saja yang menjadi ancaman PT. BPRS AL-Washliyah?</p>	<p>Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut:</p> <p>“Ancamannya contoh realnya ketika pemerintah mengeluarkan kebijakan KUR (Kredit Usaha Rakyat) nah itukah bunganya rendah sekali karena dana dari pemerintah. banyak dari nasabah kita yang pindah ke KUR jadinya berkurang nasabah kita, berkurang keuntungan kita, itu menjadi ancaman bagi BPRS AL-Wahsliyah dengan adanya kebijakan kebijakan itu, ancaman lainnya inikan bank kecil otomatis sdm nya juga kecil, kalau di bank umum bagian teller kan teller aja, bagian cs juga cs aja,. Kalau disini beda, hari ini dia Accounting sore bisa jadi penagihan jadi semua dirangkap dia, dengan aturan yang banyak tentang pelaporan dia ngerjain laporan lagi. Itulah yang menjad ancaman.”</p>
13.	<p>Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah untuk mengatasi sebuah kelemahan yang ada?</p>	<p>Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut:</p>

		<p>“Strategi untuk kelemahannya sendiri ya seperti cepet bola, menjalin silaturahmi ke nasabah itulah strateginya untuk mengantisipasi nasabah agar tidak pindah ke bank lain.”</p>
14.	<p>Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah untuk mengatasi ancaman yang datang?</p>	<p>Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut:</p> <p>“Mengatas ancaman yang ada dengan cara, kita melayani nasabah dengan prima, menjaga kualitas nasabah kita sehingga banknya menjadi besar, pemegang sahamnya juga berperan aktif untu penambah modal, fasilitas teknologinya makin meningkat.”</p>
15.	<p>Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah untuk mengembangkan peluang yang ada sebagai kekuatan bagi perusahann?</p>	<p>Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut:</p> <p>“Pada strategi semuanya sudah berjalan dengan baik udah berjalan dengan tersendirinya peluang itu, dengan basis AL-Washliyah di mana-mana di Sumatra Utara ini kalau itu saja sudah kita pegang dari internal AL-Washliyahny aja di Sumatra Utara ini kita otamatis usdah bisa besar, kan belum ada BPRS AL-Washliyah di Tebing Tinggi, next BPRS AL-Washliyah akan dibuat cabangnya disana dan bekerjasama dengan sekolah AL-Washliyah yang ada disana, di rampah juga banyak AL-Washliyah kita sudah menjalin kerja sama tapi kita sistemny jemput, setiap seminggu sekali kalau ada pembiayaan kita kesana, sebenarnya itu tidak efektifkan.”</p>

C. Pembahasan

Temuan penelitian diatas merupakan proses penelitian lapangan yang penulis lakukan dengan metode wawancara langsung kepada bapak Syahnun Asputra selaku Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang Analisis SWOT Transformasi Digital Pada PT. BPRS Al-Washliyah.

1. Analisis SWOT PT. BPRS AL-Washliyah

Analisis SWOT adalah bagaimana perusahaan melihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki akibat pengaruh dari dalam ataupun dari luar perusahaan melihat peluang dan ancaman yang datang dari lingkungan luar.

a. Kekuatan (Strengths) PT. BPRS AL-Washliyah

PT. BPRS AL-Washliyah Memiliki keunggulan atau kekuatan berupa nasabah yang menabung di PT. BPRS AL-Washliyah tidak terkena potongan, serta di bebaskan untuk setor berapapun, depositonya juga memiliki bagi hasil yang tinggi dibandingkan bank umum, proses untuk pinjaman di BPRS juga mudah dan tidak dipersulit.

b. Kelemahan (Weaknesses) PT. BPRS AL-Washliyah

Kelemahan yang di miliki PT. BPRS AL-Washliyah seperti tidak adanya atm, tidak adanya m-banking, sdm karyawannya yang sedikit, cabang bank BPRS AL-Washliyah juga tidak banyak, karena hanya kantor kas saja yang ada.

c. Peluang (Opportunities) PT. BPRS AL-Washliyah

Peluang yang di miliki PT. BPRS AL-Washliyah yaitu basicnya dengan target orang-orang AL-Washliyah karena di Sumatra Utara sendiri juga banyak Al-Washliyah yang tersebar, PT. BPRS AL-Washliyah juga sudah menjalin kerja sama dengan travel umroh, sekolah-sekolah dan juga kampus, untuk membesar peluang.

d. Ancaman (*Threats*) PT. BPRS AL-Washliyah

Ancama yang ada berupa kebijakan pemerintah yang mengeluarkan KUR dari sebuah kebijakan tersebut banyak nasabah BPRS yang pindah ke KUR sehingga membuat PT.BPRS AL-Washliyah keuntungannya menjadi berkurang, ancaman lainnya yaitu sdm di BPRS AL-Washliyah yang sedikit.

2. Strategi Digitalisasi yang tepat untuk PT. BPRS AL-Washliyah

Strategi adalah sebuah perencanaan untuk mendapatkan pencapaian akan sebuah tujuan dan sasaran tertentu. Cara PT. BPRS AL-Washliyah untuk mencari strategi digitalisasi yang tepat adalah dengan cara memperkuat modal perusahaan setelah modalnya sudah kuat PT. BPRS AL-Washliyah bisa membuat teknologi yang lebih maju seperti bank umum lainnya yang sudah sangat berkembang pesat, di karenakan BPRS itu dibawah dari bank umum lingkupnya jadi PT. BPRS AL-Washliyah sendiri saat ini masih bekerja sama dengan sekolah ataupun beberapa kampus, seperti UMSU, UMN maupun UNIVA. Misalnya terkait pembayaran uang kuliah, kita harus datang ke kantor kasnya masing-masing tidak seperti bank umum yang sudah bisa secara langsung melalui aplikasi.

3. Analisis Faktor Strategis Intenal dan Eksternal

Untuk memperoleh gambaran yang lebih fleksibel mengenai analisis SWOT yang telah dilakukan, maka perlu menggunakan tabel faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan yang diajukan dalam bentuk kuesioner kepada responden penelitian. Pada kuesioner ini peneliti menanyakan kepada responden yang peneliti wawancarain, untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan.

Untuk menentukan rating dan bobot masing faktor internal dan faktor eksternal dibuat dalam bentuk kuesioner kepada responden, dimana setiap item pertanyaan diberi alternatif jawaban. Setiap jawaban masing-masing diberi nilai dengan mengikuti aturan penilaian dari sangat penting, penting, kurang penting, dan tidak penting. Untuk faktor kekuatan dan peluang diberi nilai 4 (sangat setuju) hingga nilai 1 (tidak setuju). Sedangkan faktor kelemahan dan ancaman diberi nilai 1 (sangat setuju) hingga nilai 4 (tidak setuju).

Dalam pembuatan Matriks IFAS perlu diketahui dan dievaluasi lingkungan internal perusahaan. Ada lima langkah dalam pembuatan matriks ini, yakni:

1. IFAS menyangkut lingkungan internal, pada langkah awal dibuat list daftar faktor-faktor penting lingkungan internal yang menjadi kekuatan (*strenghs*) maupun kelemahan (*weaknesses*) dari perusahaan.
2. Setiap faktor di atas perlu ditentukan bobot atas timbangannya (*weight*), dimulai dari 0,0 untuk faktor yang sangat tidak penting sampai 1,0 untuk faktor yang sangat penting.
3. Selanjutnya, pada langkah kedua, masing-masing faktor juga diberikan peringkat (*rating*) mulai dari angka 1 sampai 4 peringkat ini menggambarkan seberapa besar efektifitas strategi meresponnya dengan sangat buruk; nilai 2 jika respons perusahaan sama saja dengan rata-rata perusahaan lain yang berada dalam industri; nilai 3 jika respons perusahaan lain yang ada dalam industri; nilai 4 jika respons perusahaan terhadap lingkungan eksternal sangat baik dan optimal.
4. Langkah selanjutnya, setiap bobot atau timbangan pada langkah kedua dikalikan dengan peringkat yang telah ditentukan pada langkah ketiga untuk mendapatkan nilai tertimbangannya (*werghted score*).
5. Terakhir jumlahkan nilai timbangan untuk setiap perubah agar total tertimbang perusahaan tersebut dapat diketahui. Berapapun faktor internal yang dipertimbangkan, baik itu kekuatan maupun kelemahan, total nilai tertimbang yang dihasilkan akan berkisar dari 1,0 untuk yang sangat rendah sampai 4,0 untuk yang sangat tinggi, dengan skor rata-ratanya 2,5. Dengan demikian, jika dari hasil matriks IFAS ditemukan bahwa hasil yang diperoleh dibawah 2,5 berarti kondisi internal perusahaan dalam sebaliknya, jika hasilnya lebih dari 2,5 dapat disampaikan, posisi internal perusahaan relatif kuat untuk mengetahui lebih jelas jawaban yang menyangkut faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrix)

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Rata-rata
Kekuatan 1. BPRS memberikan layanan perbankan dengan proses yang mudah pencairan pembiayaan	0,15	4	0,60

dengan cepat, dan sederhana.			
2. Memiliki pangsa pasar yang Luas.	0,11	3	0,33
3. Pengelolaan dana dan keamanan yang lebih terjamin.	0,14	4	0,56
			1,49
Kelemahan			
1. Sistem layanan yang belum sempurna.	0,10	2	0,20
2. Pemakaian digital yang belum semuanya sempurna, sebagai sarana informasi dan promosi.	0,10	3	0,30
3. Sdm karyawannya yang sedikit..	0,10	3	0,30
			0,80
Total	0,7		2,29

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Keterangan Kekuatan:

1. Bobot 0,15 diperoleh untuk faktor yang penting, dalam memberikan layanan perbankan dengan proses yang mudah pencairan pembiayaan dengan cepat, dan sederhana. Peringkat 4 sendiri menggambarkan respon perusahaan sangat baik dan optimal. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.
2. Bobot 0,11 diperoleh untuk faktor yang penting, dalam pangsa pasar yang luas. Peringkat 3 sendiri menggambarkan jika respons perusahaan lain yang ada dalam industri. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.
3. Bobot 0,14 diperoleh untuk faktor yang penting, dalam pengelolaan data dan keamanan yang lebih terjamin. Peringkat 4 sendiri menggambarkan respon perusahaan sangat baik dan optimal. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.

Keterangan Kelemahan:

1. Bobot 0,10 diperoleh untuk faktor yang penting, tetapi sistem layanan yang belum sempurna. Peringkat 2 sendiri menggambarkan jika respons perusahaan kurang baik. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.
2. Bobot 0,10 diperoleh untuk faktor yang penting, bagi pemakai digital yang belum semuanya sempurna, sebagai sarana informasi dan promosi. Peringkat 3 sendiri menggambarkan jika respons perusahaan lain yang ada dalam industri. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.
3. Bobot 0,10 diperoleh dari faktor yang penting, terhadap Sdm karyawannya yang masih sedikit. Peringkat 3 sendiri menggambarkan jika respons perusahaan lain yang ada dalam industri. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.

Pada tabel 4.1 di atas dapat dilihat nilai total dari nilai matriks IFAS PT. BPRS AL-Washliyah adalah **2,29** nilai ini menunjukkan bahwa dalam usahanya menjalankan strategi, perusahaan berada pada posisi rata-rata dalam hal kekuatan internal secara keseluruhan. yang terkait dengan bidang pelayanan, keuangan, dan organisasi.

Tidak berbeda dengan pembuatan matriks IFAS, dalam pembuatan matriks EFAS juga perlu diketahui dan dievaluasi lingkungan eksternal perusahaan baik di lingkungan umum maupun lingkungan industrinya, yaitu :

1. EFAS menyangkut lingkungan eksternal; pada tahap awal dibuat list atau diluar faktor-faktor penting lingkungan eksternal baik yang menjadi peluang (*opportunities*) maupun ancaman (*threats*)
2. Setiap faktor diatas perlu ditentukan bobot atau timbangannya (*weight*), dimulai dari 0,0 untuk faktor yang sangat tidak penting sampai 1,0 untuk faktor yang sangat penting bobot atau timbangan ini menyatakan seberapa penting setiap faktor tersebut dalam industri tempat perusahaan itu berbeda, dengan total seluruh bobot atau timbangan sama dengan 1,0
3. Selanjutnya, pada langkah kedua, masing-masing faktor juga diberikan peringkat (*rating*) mulai dari angka 1 sampai 4. Peringkat ini menggambarkan seberapa besar efektifitas strategi merespons berbagai faktor eksternal itu nilai 1

jika perusahaan meresponnya dengan sangat buruk; nilai 2 jika respons perusahaan sama saja dengan rata-rata perusahaan lain yang berada dalam industri; nilai 3 jika respons perusahaan terhadap faktor-faktor eksternal tersebut dibandingkan dengan respons perusahaan lain yang ada dalam industri; nilai 4 jika respons perusahaan terhadap lingkungan eksternal sangat baik dan optimal.

4. Langkah selanjutnya, setiap bobot atau timbangan pada langkah kedua dikalikan dengan peringkat yang telah ditentukan pada langkah ketiga untuk mendapatkan nilai tertimbangannya (*weighted score*).

5. Terakhir jumlahkan nilai timbangan untuk setiap perubahan agar total nilai tertimbang perusahaan tersebut dapat diketahui. Demikian pula dengan matriks EFAS, jika dari hasil EFAS matriks ditemukan bahwa hasil yang diperoleh dibawah 2,5, berarti perusahaan dengan keadaan yang ada belum mampu memanfaatkan peluang secara optimal dan sangat rentan terhadap ancaman persaingan. Artinya, dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal, perusahaan dalam posisi lemah sebaliknya, jika hasilnya lebih dari 2,5 dapat disimpulkan, dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi perusahaan relative kuat.

Tabel 4.3 Matrix Eksternal Factor Evaluasian (EFE Matrix)

Faktor-Faktor External	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang			
1. Peluang eksternal ekonomi mikro yang semakin membaik.	0,14	4	0,56
2. Banyaknya instansi atau organisasi AL-Washliyah yang tersebar di Sumatera Utara.	0,15	4	0,60
3. Kemajuan teknologi.	0,13	3	0,39
			1,55
Ancaman			
1. Promosi perusahaan dari pesaing yang semakin variatif.	0,12	3	0,36
2. Banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis.	0,14	4	0,56
3. Pemahaman nasabah yang kurang mengenai, bank syariah.	0,14	4	0,56

h			1,48
Total			3,03

Sumber: Hasil Olahan Data 2023

Keterangan Peluang:

1. Bobot 0,14 diperoleh untuk faktor yang penting, dalam Peluang eksternal ekonomi mikro yang semakin membaik. Peringkat 4 sendiri menggambarkan respon perusahaan sangat baik dan optimal terhadap lingkungan eksternal. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.
2. Bobot 0,15 diperoleh untuk faktor yang penting, dalam Peluang eksternal dikarenakan banyaknya instansi atau organisasi AL-Washliyah yang tersebar di Sumatera Utara. Peringkat 4 sendiri menggambarkan respon perusahaan sangat baik dan optimal terhadap lingkungan eksternal. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.
3. Bobot 0,13 diperoleh untuk faktor yang penting, dalam Kemajuan teknologi. Peringkat 3 sendiri menggambarkan respon perusahaan cukup baik terhadap lingkungan eksternal. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.

Keterenagan Ancaman:

1. Bobot 0,12 diperoleh untuk faktor yang penting Promosi perusahaan dari pesaing yang semakin variatif. Peringkat 3 sendiri menggambarkan respon perusahaan cukup baik terhadap lingkungan eksternal. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.
2. Bobot 0,14 diperoleh untuk faktor yang penting, dalam eksternal dikarenakan Banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis. Peringkat 4 sendiri menggambarkan respon perusahaan sangat baik dan optimal terhadap lingkungan eksternal. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.
3. Bobot 0,14 diperoleh untuk faktor yang penting, dalam Pemahaman nasabah yang kurang, mengenai bank syariah. Peringkat 4 sendiri menggambarkan respon perusahaan sangat baik dan optimal terhadap lingkungan eksternal. Nilai rata-rata diperoleh dari nilai bobot dikali nilai peringkat.

Tabel 4.2 adalah matriks EFAS PT. BPRS AL-Washliyah dapat dilihat bahwa total dari nilai matriks EFAS yang dimiliki perusahaan adalah **3,03**. Hal ini menunjukkan strategi yang dijalankan perusahaan secara efektif menggambarkan peluang eksternal yang ada dan menghindari pengaruh negatif potensial dari ancaman sehingga posisi perusahaan saat ini dalam relatif kuat.

4. Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi pemasaran. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan, dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diambil oleh pimpinan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Matriks SWOT dari PT. BPRS AL-Washliyah.

Tabel 4.4 Matriks SWOT PT. BPRS AL-Washliyah

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (w)</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. BPRS memberikan layanan perbankan dengan proses yang mudah pencairan pembiayaan dengan cepat, dan sederhana. 2. Memiliki pangsa pasar yang luas. 3. Pengelolaan dana dan keamanan yang lebih terjamin. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem layanan yang belum sempurna. 2. Pemakaian digital yang belum semuanya sempurna, sebagai sarana informasi dan promosi.. 3. Sdm karyawannya yang sedikit..
<i>Opportunities (O)</i>	<i>Strategi so</i>	<i>Strategi wo</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang eksternal ekonomi mikro yang semakin membaik. 2. Banyaknya instansi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan penjualan produk lewat media sosial. 2. Memaksimalkan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan dan mempercepat layanan dan keluhan dari nasabah. 2. Meningkatkan promosi

atau organisasi AL-Washliyah yang tersebar di Sumatera Utara. 3. Kemajuan teknologi.	pelayanan terhadap nasabah, serta melakukan promosi secara langsung ke sekolah atau instansi-instansi AL-Washliyah, dan masyarakat luas. 3. Menjalin hubungan yang baik lagi dengan instansi atau platform-platform lainnya.	dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital yang ada. 3. Memperbanyak variasi produk yang dijual.
<i>Threats (T)</i> 1. Promosi perusahaan dari pesaing yang semakin variatif. 2. Banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis. 3. Pemahaman nasabah yang kurang, mengenai bank syariah.	<i>Strategi st</i> 1. Memaksimalkan promosi produk yang sudah dikenal. 2. Meningkatkan daya saing perusahaan. 3. Meningkatkan daya tarik nasabah terhadap perusahaan dengan menggunakan teknologi.	<i>Strategi wt</i> 1. Memperkuat layanan . 2. Memperkuat dan meningkatkan digitalisasi dalam kegiatan oprasional. 3 Meningkatkan kualitas Karyawan dan terjun langsung kelapangan untuk memberi pemahaman tentang BPRS dan bank syariah.

Matriks SWOT pada Tabel 4.3 tersebut dihasilkan empat sel alternative strategi yang dapat di ambil kesimpulan oleh pimpinan perusahaan dalam usaha menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

1. Strategi *Strength-Opportunities*

Strategi *Strength-Opportunities* ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dipakai untuk memanfaatkan segala peluang yang ada sehingga perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing (*core adfentage*) jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan sejenis.

a. Memanfaatkan penjualan produk lewat media sosial.

PT. BPRS AL-Washliyah harus jeli melihat berbagai peluang untuk mewujudkannya. Peluang-peluang yang mungkin terjadi misalnya dengan Mencoba mempromosikan produk lewat media sosial. Hal ini bisa dilakukan dengan cara menggunakan aplikasi instagram, facebook, wa, twitter agar produk yang ditawarkan PT. BPRS AL-Washliyah semakin menarik dan bisa di ketahui masyarakat luas, tidak hanya disekitar saja.

b. Memaksimalkan pelayanan terhadap nasabah, serta melakukan promosi secara langsung ke sekolah atau instansi-instansi AL-Washliyah, dan masyarakat luas.

Melihat peluang-peluang tersebut PT. BPRS AL-Washliyah bisa dengan mudah untuk mempromosikan secara langsung kepada guru, murid ataupun mahasiswa tentang jasa pelayanan simpan pinjam BPRS AL-Washliyah agar mereka juga tertarik untuk menabung dan menjadi nasabah di PT. BPRS Al-Washliyah, sehingga semakin banyak pendapatan untuk mencapai modal yang besar, agar PT. BPRS AL-Washliyah semakin bisa menyempurnakan digitalisasi pelayanan untuk nasabahnya.

c. Menjalin hubungan yang baik lagi dengan instansi atau platform-platform lainnya.

Dengan menjalin hubungan dan memperluas hubungan kerja sama dengan platform-platform lainnya, pastinya, PT. BPRS AL-Washliyah juga semakin banyak dikenal dan semakin banyak yang mengajak bekerja sama.

2. Strategi *Weaknesses – Opportunities*

Strategi ini diterapkan untuk pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki

a. Meningkatkan dan mempercepat layanan dan keluhan dari nasabah.

Tujuan dari meningkatkan pelayanan untuk nasabah agar nasabah yang menabung merasa puas dan merasa kebutuhannya terpenuhi. Karena nasabah merupakan salah satu aspek penting dalam perbankan dan juga dunia bisnis pastinya.

b. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital yang ada.

Tujuan dari memanfaatkan kemajuan teknologi digital, jika sudah sempurna akses digital untuk banknya sendiri akan mempermudah layanan yang diberikan ke nasabah, karena dapat diakses 24 jam tanpa adanya batasan, dan meningkatkan promosi digital menggunakan akses media sosial khususnya dapat mempermudah diketahui dan dilihat oleh masyarakat luas, baik yang sudah mengetahui BPRS AL-Waashliyah ataupun yang belum sama sekali, dengan membuat promosi secara menarik tentunya akan semakin banyak juga yang tertarik untuk menabung di PT. BPRS AL-Washliyah.

c. Memperbanyak variasi produk yang dijual.

Dengan kebutuhan masyarakat yang tak pernah terbatas, pihak perusahaan harus dapat memanfaatkan peluang tersebut. dengan menyediakan dan memperbanyak variasi produk yang akan disediakan,

3. Strategi Strengths – Threats.

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada.

a. Memaksimalkan promosi produk yang sudah di kenal.

Memaksimalkan promosi produk yang sudah di kenal adalah salah satu cara untuk mengantisipasi permasalahan perusahaan, yang dimana perusahaan harus membuat promosi yang unik seperti promosi dengan menggunakan cara yang baru supaya konsumen dapat menarik dengan barang tersebut.

b. Meningkatkan daya saing perusahaan.

Meningkatkan daya saing perusahaan bertujuan untuk mendorong produktivitas dari bank itu sendiri, agar bisa bersaing dengan perusahaan lainnya agar perusahaan semakin jauh berkembang juga semakin kuat untuk mengatasi ancaman yang akan datang di kemudian hari.

c. Meningkatkan daya tarik nasabah terhadap perusahaan dengan menggunakan teknologi.

Kedepannya untuk meningkatkan daya tarik nasabah pastinya dengan adanya Auto Teller Machine (ATM), Internet Banking dan E-Banking untuk meningkatkan daya tarik nasabah agar tetap memilih bertahan melakukan simpan pinjam di PT. BPRS AL-Washliyah.

4. Strategi Weaknesses-Threats

Strategi ini berusaha meminimalkan kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman. Dalam kondisi perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif

a. Memperkuat layanan.

Memperkuat layanan dari segi modal, perlengkapan fasilitas sampai kepada personil karyawan yang memiliki kemampuan di bidang masing-masing untuk memperkuat kinerja kerja dan sistem pelayanan di bank, serta meningkatkan

pelayanan digital yang sekarang juga semakin banyak digunakan oleh bank umum lainnya.

b. Memperkuat dan meningkatkan digitalisasi dalam kegiatan operasional.

Tujuan dari Memperkuat dan meningkatkan digitalisasi dalam kegiatan operasional untuk meningkatkan daya saing perbankan dan dapat meluaskan aksesibilitas perbankan, dikarenakan digital akan mampu meningkatkan kemudahan akses perbankan bagi masyarakat, serta meningkatkan afisensi perbankan itu sendiri, sehingga mendorong peningkatan aktivitas operasional.

c. Meningkatkan kualitas Karyawan dan terjun langsung kelapangan untuk memberi pemahaman tentang BPRS dan bank syariah.

Dengan meningkatnya kualitas atau karyawan yang semakin berkembang dapat menghasilkan efisiensi dalam proses dan menghasilkan keuntungan finansial, memperluas relasi, meningkatkan motivasi kerja, serta meningkatkan keterbukaan karyawan terhadap perusahaan dan membangun silaturahmi antar pekerja. Terjun langsung kelapangan untuk mempromosikan dan memberi pemahaman pada masyarakat awam tentang bank syariah, agar mereka tidak asing dan bisa tertarik untuk melakukan simpan pinjam khususnya di PT. BPRS AL-Washliyah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian pada PT. BPRS AL-Washliyah peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kelemahan yang dimiliki PT. BPRS AL-washliyah seperti tidak adanya atm, tidak adanya e-banking, cabang bank BPRS Al-Washliyah juga tidak banyak, karena hanya kantor kas. Itu juga yang menjadi kendala karena belum sepenuhnya digitalisasi mereka, dikarenakan modal yang masih kecil, belum sampai lingkup besar. PT. BPRS AL-Washliyah mempunyai loyalitas pelanggan dan nilai tertimbang Matrix Internal Factor Evaluasian (IFE Matrix) adalah 2,29 yang mengindikasikan bahwa posisi PT. BPRS AL-Washliyah memiliki posisi internal yang cukup kuat. Sedangkan nilai tertimbang Matrix Eksternal Factor Evaluasian (EFE Matrix) adalah 3,03 yang mengindikasikan bahwa PT. BPRS AL-Washliyah dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi perusahaan relatif kuat.
2. Strategi yang tepat dari hasil penelitian peneliti setelah mewawancarai Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah, untuk saat ini PT. BPRS AL-Washliyah sedang fokus terhadap modal, dan memperkuat modal serta memperbesar kerja sama dengan platform-platform besar lainnya, agar PT. BPRS AL-Washliyah bisa mengimbangi bank umum dalam digitalisasinya yang sekarang ini masih bisa dibilang belum begitu sempurna. Dengan fokus ke modal dan semakin besar, pastinya PT. BPRS AL-Washliyah sendiri akan menggunakan modal tersebut untuk membuat teknologi digitalisasi perbankan mereka, menjadi semakin sempurna hingga mencapai tujuan untuk bisa menyaingi digitalisasi yang sudah digunakan bank umum.

B. Saran

Dengan mengacu pada kesimpulan yang dikemukakan di atas, maka saransaran yang dapat penulis berikan sebagai bahan pertimbangan PT. BPRS AL-Washliyah adalah sebagai berikut.

1. Perusahaan sebaiknya terus memaksimalkan kekuatan yang dimiliki saat ini untuk dapat meraih peluang yang ada agar tercapai semua tujuan perusahaan yang diinginkan serta dapat meminimalkan adanya ancaman yang bermunculan. Hal ini akan meningkatkan daya saing perusahaan dari para pesaingnya.
2. PT. BPRS AL-Washliyah memiliki kondisi yang sangat menguntungkan. Untuk mempertahankan kondisi tersebut, perusahaan sebaiknya mendukung sebagai agresif dengan melakukan tahapan-tahapan diantaranya, mempertahankan mutu pelayanan melalui karyawan yang berkompeten melakukan promosi di perumahan atau tempat-tempat umum disekitar lokasi dan menggunakan media sosial sebagai wadah promosi untuk perusahaan dan mempertahankan citranya di mata masyarakat sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan serta dapat meningkatkan pelayanan yang lebih maju lagi khususnya di teknologi digitalisasi, yang sekarang ini pastinya juga semakin pesat, dikarenakan bank umum lainnya juga sudah menggunakan teknologi pelayanan yang canggih, untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi. bekerjasama dengan platform-platform besar yang ada di skitar lokasi ataupun diluar menjadi tahapan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Aisyah, Iis Nur, Leonita Silvynia Dora, Kholishoh, and Abdul Aziz. 2020. "Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia." *Inklusif: Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam* (2): 114–26. www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/inklusif.
- Anis, Arifin Mohamad Zaenal, and Fitri Mardiani. 2022. "Digitalisasi Sumber Belajar Sejarah Menyongsong Pendidikan Era 4.0." *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah* 7(April): 118–24. <https://snllb.ulm.ac.id/prosiding/index.php/snllb-lit/article/viewFile/724/731>.
- Aysa, imma Rokhmatul. 2021. "Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress." *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah* 3(2): 140–53.
- Danuri, Muhamad. 2019. "Development and Transformation of Digital Technology." *Infokam XV(II)*: 116–23.
- Hafiz, Abdul. 2018. "Analisis Swot Layanan Mobile Banking Pada 1439 H / 2018 M Analisis Swot Layanan Mobile Banking 1439 H / 2018 M." : 12.
- Handayani, Susi. 2015. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan UMKM Dalam Memilih Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Sumber Pembiayaan (Studi Kasus Pada Pedagang Di Pasar Simpang Limun Medan)." *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* 1(2): 98–112.
- Hariani MD, Pipit Putri, Rahmayati Rahmayati, and Siti Mujiatun. 2020. "Model Bisnis Islamic Financial Technology Produk Bank Syariah Di Kota Medan." *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah* 4(2): 69.
- Ilmiah, Jurnal, and Ekonomi Islam. 2022. "Strategi Industri Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Era Digital." 8(03): 3310–16.
- Isra, Muhammad. 2017. "Alisis Strategi Pemasaran Produk Indihome Dengan Menggunakan Qspm Pada Pt. Telkom Witel Makassar." *Universitas Hasanuddin*.
- Moleong, L J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

- Peluang, Baruh Bukit, Tantangan D A N Strategi, and Faznil Husna S Rasyad. 2022. "AKSELERASI TRANSFORMASI DIGITAL PT BPR ANDALAS." 7(2).
- Putri, S I. 2021. "Analisis SWOT Terhadap Studi Kelayakan Pengajuan Pembiayaan Di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan." <http://etheses.iainponorogo.ac.id/13596/>.
- Sanapiah, F. 1990. "Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar Dan Aplikasi." *Malang: YA3 Malang*.
- Sasmitha, Riesanda Najmi. 2019. "Analisis Permasalahan Pengembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Di Jawa Timur." *Pelayanan Kesehatan*: 3–13. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/23790/4/Chapter I.pdf>.
- Schwertner, K. 2017. "Digital Transformation of Business." *Trakia Journal of Science* 15(Suppl.1): 388–93.
- Tulungen, Evans E.W., David P.E. Saerang, and Joubert B. Maramis. 2022. "Transformasi Digital: Peran Kepemimpinan Digital." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10(2): 1116–23.
- WICAKSANA, ADWI. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia." 8(02): 2152–58. [https://etd.umy.ac.id/id/eprint/29434/%0Ahttps://etd.umy.ac.id/id/eprint/29434/1/Halaman Judul.pdf](https://etd.umy.ac.id/id/eprint/29434/%0Ahttps://etd.umy.ac.id/id/eprint/29434/1/Halaman%20Judul.pdf).

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : ChalizaAiniSiregar
NIM : 1901280063
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul : Analisis SWOT Transformasi Digital Pada PT. BPRS
AL-Washliyah.

Data diri Bapak/Ibu Nara sumber dari PT. BPRS AL-Washliyah

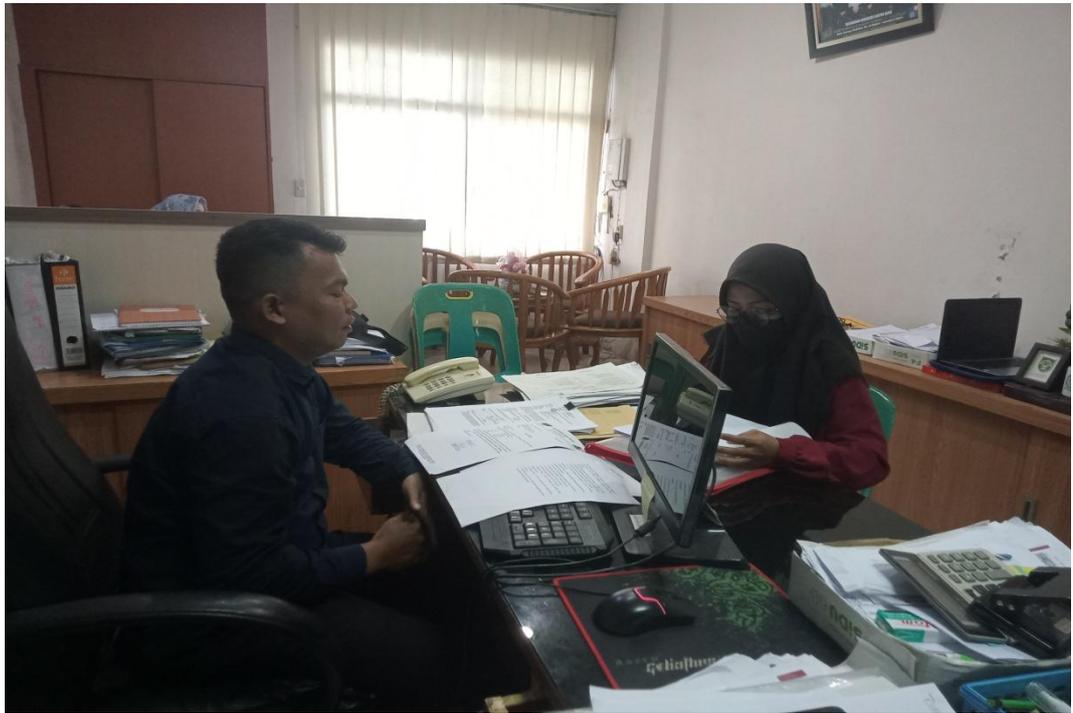
Nama : Sahnun Asputra
Jabatan : Kepala Grup Operasional PT. BPRS AL-Washliyah

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, PT. BPRS AL-Washliyah sebagai salah satu lembaga keuangan pastinya dituntut untuk terus melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, lantas bagaimana tanggapan PT. BPRS AL-Washliyah mengenai inovasi Transformasi teknologi dalam bentuk digitalisasi perbankan?
2. Apakah PT. BPRS AL-Washliyah sudah mempunyai teknologi yang memadai untuk menjamin keberlangsungan digitalisasi perbankan?
3. Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah sendiri untuk menerapkan digitalisasi di era kemajuan teknologi yang sudah sangat berkembang?
4. Melihat perkembangan yang sangat pesat dalam bidang teknologi, apakah kedepannya PT. BPRS AL-Washliyah akan melakukan kerjasama dengan platform-platform yang mendukung Transformasi digital dengan menggunakan sebuah aplikasi untuk membantu memudahkan pelayanan nasabah dalam bertransaksi?
5. Dengan adanya kemajuan teknologi seperti sekarang ini, apakah PT. BPRS AL-Washliyah sudah memanfaatkan teknologi digital tersebut secara maksimal?
6. Apa saja promosi yang sudah dilakukan PT. BPRS AL-Washliyah ?

7. Apa saja layanan kemudahan yang diberikan PT. BPRS AL-Washliyah terhadap nasabah?
8. Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah menjaga kualitas performa yang baik dalam melayani nasabah?
9. Apa saja yang menjadi keunggulan atau kekuatan PT. BPRS AL-Washliyah?
10. Apa saja yang menjadi kelemahan PT. BPRS AL-Washliyah?
11. Apa saja yang menjadi peluang PT. BPRS AL-Washliyah?
12. Apa saja yang menjadi ancaman PT. BPRS AL-Washliyah?
13. Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah untuk mengatasi sebuah kelemahan yang ada?
14. Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah untuk mengatasi ancaman yang datang?
15. Bagaimana strategi PT. BPRS AL-Washliyah untuk mengembangkan peluang yang ada sebagai kekuatan bagi perusahaannya?

Lampiran Doumentasi Wawancara





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Umsu menasabah surah bi agah dilaatikan
Semua dan tingginya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
 Dosen Pembimbing : Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

Nama Mahasiswa : Chaliza Aini Siregar
 Npm : 1901280063
 Semester : VII (Tujuh)
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Analisis SWOT Transformasi Digital Pada PT. BPRS Al-Washliyah

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
3/2/2023	- LBM belum kuat permasalahannya - Narasikan LBM secara sistematis hingga kenapa tertarik mengambil analisis SWOT transformasi Digital - Menuliskan penelitian terdahulu tentang Analisis SWOT Transformasi Digital pada BPRS - Penulisan dirapikan - Perbaiki identifikasi Masalah, rumusan masalah dan Tujuan - Bab 2 tambahkan teorinya - Bab 3 masukkan komponen Analisis SWOT		
8/2/2023	- LBM rapikan - Rumusan masalah update - Tabel 3.3 tambahkan poinnya		
10/2/2023	- Sitasi Dosen UMSU - Rapikan penulisan sesuai skripsi		
10/2/2023	- Setelah perbaikan maka sudah dapat di ACC untuk Diseminarkan <i>ACC proposal</i>		

Medan, 03 Februari 2023



Diketahui/Disetujui Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program/Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 899/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Baari No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax, (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Site: umsu.ac.id
Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari Sabtu 25 Februari 2023 M telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

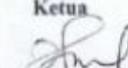
Nam : Chaliza Aini Siregar
Npm : 190128063
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Analisis SWOT Transformasi Digital Pada PT. BPRS AL-Washliyah

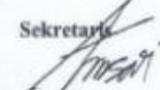
Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	Pada paragraf kedua klasifikasi Masalahnya dan dititik
Bab II	Tambahkan teori yang berkaitan dengan judul 'kontribusi' dan berikan penelitian terdahulu dengan yang diuraikan
Bab III	Pada uraian hipotesis awal dan sebuah proposal
Lainnya	Tambahkan sitas dosen UMSU minimal 5 dan sesuaikan dengan judul
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 25 Februari 2023

Tim Seminar

Ketua

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Sekretaris

(Syahrul Amsari, S.E., Sy., M.Si)

Pembimbing

(Dr. Rahmayati, SE., M.EI)

Pembahas

(Syahrul Amsari, S.E., Sy., M.Si)



Unggul | Berprestasi | Berkeadilan
Bila mengolah sari ini agar disebarkan
Bumi dan langgalya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** yang diselenggarakan pada Hari Sabtu **25 Februari 2023 M** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Chaliza Aini Siregar
Npm : 1901280063
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Anaisis SWOT Transformasi Digital Pada PT. BPRS Al-Washliyah

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan 25 Februari 2023

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd.,M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Syahrul Amsari, S.E.,Sy.,M.Si)

Pembimbing

(Dr. Rahmayati, SE.I.,M.EI)

Pembahas

(Syahrul Amsari, S.E.,Sy.,M.Si)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan
Wakil Dekan I



Dr. Zailani, MA



Bank Pembiayaan Rakyat Syariah *al-washliyah*



Nomor : 50/D/BPRS-AW/III/2023

Medan, 28 Maret 2023

Kepada Yth :
Dr. Munawir Pasaribu, MA
Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di

Tempat

Perihal : Izin Riset

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Dengan hormat,

Menunjuk surat No : 200/II.3/UMSU-01/F/2023 tertanggal 14 Maret 2023 perihal diatas, pada prinsipnya kami menyetujui mahasiswa saudara :

Nama : Chaliza Aini Siregar
NPM : 1901280063
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam

Untuk melakukan riset di perusahaan kami sepanjang tidak menyangkut kerahasiaan Bank dan mematuhi ketentuan yang berlaku, terhitung tanggal 29 Maret 2023 s/d selesai guna menyusun skripsi yang berjudul : "**Analisis SWOT Transformasi Digital Pada PT BPRS Al -Washliyah.**"

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PT.BPR SYARIAH
AL WASHLIYAH
BANK
AL WASHLIYAH
MEDAN

SYAHNUN ASPUTRA
Kepala Grup Operasional

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama Lengkap : Chaliza Aini Siregar
Tempat Tanggal Lahir : Tebing Tinggi, 19 Maret 2001
Npm : 1901280063
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswa
Anak ke : 1 dari 3 bersaudara
Alamat : Jln Pulau Sumatra Lk II, Tualang

Nama Orang Tua

Ayah : Zulkarnain Siregar
Ibu : Umi Kalsum Purba

Penidikan

2007-2013 : SD 165717
2013-2016 : SMP Negeri 9 Tebing Tinggi
2016-2019 : SMA Negeri 2 Tebing Tinggi
2019-2023 : Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara