



DOI: <https://doi.org/10.38035/jstl.v1i2>

Received: 15 Juli 2023, Revised: 04 September 2023, Publish: 20 September 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing pada PT.Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru

Muhammad Khadir Ali¹

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: alialonna042@gmail.com

Corresponding Author: Alialonna042@gmail.com¹

Abstract: *This research aims to find out how the SWOT analysis as a strategy to improve competitiveness and obstacles in the Bank of Riau Kepri, Pekanbaru Business Unit. The research method used is quantitative descriptive method. The SWOT analysis used is descriptive analysis methods, SWOT matrix and SWOT diagram analysis. Data collection techniques in this study were interviews, questionnaires and literature. The results of this study are the SWOT analysis as a strategy to increase competitiveness needs to be evaluated again so that the formation of good performance from within and from outside the Bank of Riau Kepri, Pekanbaru Sharia Business Unit in advancing these banks throughout Province of Riau and Riau Islands.*

Keywords: *SWOT, Strategy, Competitiveness, Bank Riau Kepri, Sharia Business Unit.*

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing serta hambatanya pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Analisis SWOT yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, Matrik SWOT dan analisis diagram SWOT. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner dan kepustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing perlu dievaluasi lagi, agar terbentuknya kinerja yang baik dari dalam maupun dari luar PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru dalam memajukan bank tersebut diseluruh Provinsi Riau dan Kepulauan Riau.

Kata kunci: SWOT, Strategi, Daya Saing, Bank Riau Kepri, Unit Usaha Syariah.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah menunjukkan kemajuan yang pesat, langkah strategis perkembangan perbankan syariah yang telah di upayakan adalah pemberian izin pada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang unit usaha syariah (UUS) atau konversi sebuah bank konvensional menjadi bank syariah. Langkah strategis ini merupakan respon dan inisiatif dari perubahan Undang-Undang perbankan No.10 Tahun 1998. Undang-Undang pengganti UU

No. 7 Tahun 1992 tersebut mengatur dengan jelas landasan hukum dan jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Kegiatan usaha bisnis berbasis syariah semakin berkembang pesat, mulai dari perbankan syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, hingga koperasi berbasis syariah. Namun perkembangan yang paling pesat terjadi pada perbankan syariah. Alasan utama masyarakat beralih ke perbankan syariah adalah penghapusan adanya bunga dalam transaksi keuangan dan sebagai gantinya menerapkan konsep bagi hasil yang sesuai dengan ajaran agama Islam (Algaoud dan Mervyn 2005, 58).

Pendirian Bank Riau Syariah diawali dengan melakukan restrukturisasi organisasi pada PT. Bank Riau dengan membentuk Unit Usaha Syariah (UUS) melalui surat keputusan direksi BPD Riau No.44/KEPDIR/2002 pada tanggal 1 Oktober tahun 2002. Restrukturisasi ini dilakukan juga untuk mengantisipasi perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT). Akselerasi pendirian Bank Riau Syariah dipercepat dengan pembentukan tim pengembang Unit Usaha Syariah (UUS) dengan SK Direksi PT. Bank Riau No.39/KEPDIR/2003. Seiring dibentuknya tim Unit Usaha Syariah (UUS) sebagai koordinator pendirian Bank Riau Syariah bekerja sama dengan sebuah konsultan Perbankan Syariah.

Perubahan teknologi yang begitu cepat, berdampak kepada perubahan perilaku masyarakat. Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi telah menjadikan masyarakat semakin cerdas dalam memilih produk. Dampak lain bagi produsen Bank adalah ketatnya persaingan antar bank untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Untuk mencapai sasaran tersebut, maka setiap bank harus melakukan perencanaan pemasaran secara baik. Disamping itu, bank juga harus dapat mengetahui dan menganalisis lingkungan pemasaran yang terdiri dari lingkungan eksternal dan internal. Dengan melakukan analisis lingkungan pemasaran ini maka bank akan dapat mengetahui dimana letak kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman perusahaan yang akan sangat berpengaruh terhadap pemasaran yang akan dijalankan.

Kondisi yang mampu memberikan peran bagi perbankan syariah didalam perkembangan perekonomian, namun ada beberapa tantangan yang masih harus dibenahi pada diri perbankan syariah. Tantangan *pertama* di dalam pengembangan adalah mampukah perbankan syariah dengan adanya strategi *spin off* memerankan fungsi intermediasi secara baik sehingga segera dapat menggerakkan sektor riil. Tantangan *kedua* adalah mampukah perbankan syariah dengan strategi *spin off* berkembang di lingkungan mayoritas muslim, serta menjadi contoh sukses bagi negara lain dalam mengembangkan perbankan syariah. Tantangan *ketiga*, di masa depan perbankan syariah harus mampu menjadi *rahmatan lil alamin*, artinya ia tidak hanya bermanfaat bagi kaum muslim tetapi juga bagi seluruh umat manusia. Jumlah penduduk muslim sebagai kekuatan utama belum menjamin mereka menggunakan jasa perbankan syariah. Berbagai kekuatan belum mampu dimaksimalkan untuk Catatan dan fenomena tersebut juga tergambar di beberapa wilayah Indonesia yang merupakan wilayah dengan penduduk muslim yang banyak (mayoritas). Peluang dan tantangan pengembangan perbankan syariah juga muncul dengan mulai beroperasinya beberapa bank syariah di Indonesia. Terdapat tantangan yang belum dapat dijawab dengan pasti, serta berbagai ancaman yang belum bisa teratasi membuat perkembangan perbankan syariah perlu diupayakan terus dengan mencoba dan menemukan berbagai macam strategi yang sesuai. Salah satu alat yang dipakai untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan umumnya dan khususnya terhadap bidang pemasaran didalam menghadapi lingkungannya adalah analisis SWOT.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada PT Bank Riau Kepri Unit Usaha

Syariah Pekanbaru. Kemudian untuk mengetahui apa saja hambatan analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru.

METODE

Penelitian dilakukan di PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru jalan Jenderal Sudirman No. 462 Kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru, dimana jumlah populasi berjumlah 15 orang dan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh yaitu 15 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner dan kepustakaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Analisis SWOT yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, Matrik SWOT dan analisis diagram SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Dalam melakukan analisis posisi Unit Usaha Syariah Bank Riau Kepri dalam menghadapi persaingan usaha, menggunakan pendekatan berupa analisis SWOT yaitu: (1) Kekuatan (*Strengths*): (a) Memiliki brand image positif di masyarakat Riau dan Kepri. (b) Komitmen yang tinggi dari Manajemen & Stake holders untuk mengembangkan bisnis Usaha Syariah. (c) Teknologi Sistem informasi yang sudah *Online* ke seluruh jaringan kantor memudahkan nasabah bertransaksi. (d) Populasi muslim mayoritas di wilayah Riau-Kepri. (e) Jaringan distribusi yang tersebar hingga ke daerah (tingkat kecamatan). Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi PT. Bank Riau Unit Usaha Syari'ah Pekanbaru. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber *Brand Image* yang positif dimasyarakat, teknologi yang sudah online sehingga mempermudah nasabah dalam bertransaksi, kepemimpinan pasar yang tinggi serta mayoritas umat islam di wilayah Riau.

Kelemahan (*Weaknesses*):

(a) *Corporate Image* masih lemah. (b) Mutu Pelayanan masih dikeluhkan nasabah. (c) Jaringan cabang masih terbatas. (d) Pemahaman produk syariah bagi masyarakat belum optimal. (e) Sosialisasi produk syariah belum dilakukan secara optimal. (f) *Database* nasabah belum dimanfaatkan secara maksimal. (g) SDM secara kuantitas dan kualitas belum memenuhi kebutuhan pasar. (h) *Positioning* belum jelas di mata calon nasabah. (i) Budaya pelayanan yang masih terkonsentrasi ke bisnis konvensional, menyebabkan penetrasi ke pasar Syariah tidak optimal. (j) Kurangnya variasi produk baik dari sisi pembiayaan ataupun pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. (k) View SDM masih kental konvensionalnya dari internal Bank. Kelemahan adalah faktor keterbatasan atau kekurangan sumber daya keterampilan yang serius yang dapat menghambat kinerja efektif perusahaan. *Corporate Image* masih lemah, keterampilan pemasaran, dan kurangnya variasi produk baik dari sisi pembiayaan ataupun pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan pasar dapat merupakan sumber kelemahan PT. Bank Riau Unit Usaha Syari'ah Pekanbaru.

Peluang (*Opportunities*):

(a) Otonomi daerah memacu pertumbuhan ekonomi dan pemerataan penghasilan bagi sektor riil. (b) Adanya Fatwa MUI mengenai Bunga Bank haram. (c) Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 dan Peraturan Bank Indonesia No./10/11/PBI/2009 yang mendorong percepatan pertumbuhan jaringan kantor Bank Umum Konvensional yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. (d) Undang Undang No.42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPn) yang memuat mengenai netralisasi pengenaan pajak berganda pada transaksi murabahah yang mendorong berkembangnya produk murabahah. (e) Prinsip usaha Syariah yang tidak membatasi nasabah berdasarkan agama tetapi lebih kepada sistem yang berbasis muamalah (ekonomi). (f) Preferensi nasabah diperkirakan masih sangat positif

terhadap sistem atau prinsip Syariah, sehingga dapat merupakan potensi pengembangan bisnis ke depan. (g) Potensi Pasar Syariah di Riau-Kepri yang cukup luas yang masih belum tergarap oleh perbankan syariah yang ada. (h) Tingkat persaingan bisnis Syariah diantara Perbankan Syariah di Riau-Kepri relatif masih rendah, menjadi momentum bagi UUS BRK untuk lebih dulu merebut pasar. (i) Perkembangan kegiatan sektor riil di Riau-Kepri masih positif. Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Adanya Fatwa MUI mengenai Bunga Bank haram. Adanya peraturan yang mendukung dari segi Undang-Undang. Preferensi nasabah diperkirakan masih sangat positif terhadap sistem atau prinsip Syariah, sehingga dapat merupakan potensi pengembangan bisnis ke depan dapat memberikan peluang bagi PT. Bank Riau Unit Usaha Syari'ah.

Ancaman (*Threats*):

(a) Bank-bank pesaing mulai lebih fokus untuk mengembangkan bisnis Syariah baik secara umum di Indonesia, maupun secara khusus di Riau-Kepri. (b) Penguasaan sistem informasi dan teknologi bank pesaing yang lebih unggul. (c) Variasi pilihan produk Bank pesaing yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan memiliki keunggulan komparatif. Ancaman adalah situasi yang tidak menguntungkan dalam organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan PT. Bank Riau Unit Usaha Syari'ah Pekanbaru. Dengan adanya persaingan, perubahan teknologi, variasi pilihan produk Bank pesaing yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan memiliki keunggulan komparatif dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan PT. Bank Riau Unit Usaha Syari'ah Pekanbaru.

Ini merupakan analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing yang digunakan PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru dalam persaingan antara Bank-Bank lain. Dengan adanya penyusunan penerapan strategi SWOT ini perusahaan dapat menentukan arahan dan strategi yang baik, agar rencana strategi dalam meningkatkan daya saing PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru bisa berjalan dengan lancar, kuat dan sistematis dalam mencapai suatu tujuan.

Pembahasan

Setelah mengelompokkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman(*threats*) dari pengembangan PT. Bank Riau Unit Usaha Syari'ah, maka akan dianalisa dengan menggunakan SWOT yang dapat menghasilkan kemungkinan alternatif strategi bersaing. Selain memperhatikan faktor-faktor diatas, dari kekuatan dan kelemahan (faktor internal) dan peluang serta ancaman (faktor eksternal) dalam upaya pengembangan PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syari'ah dapat disusun Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) untuk menentukan strategi bersaing yang akan digunakan IFAS tersebut dengan cara: (a) Menentukan faktor strategi yang menjadi kekuatan dan kelemahan maupun peluang dan ancaman. (b) Beri masing-masing bobot dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. (c) Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding atau paling tinggi) sampai dengan 1 (poor atau paling rendah). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberikan rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberikan rating +1). Pemberian nilai ancaman kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya jika nilai ancaman sedikit ratingnya 4. (d) Menentukan nilai skor dengan mengalikan bobot dan rating. (e) Menjumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan terhadap IFAS.

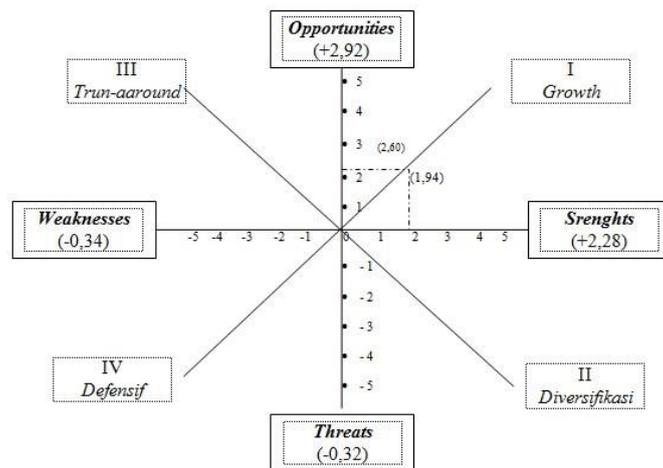
Tabel 1: Perhitungan IFAS

NO	Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Nilai Skor
	Strenghts (S) = Kekuatan			
1	Tata Kelola dan perilaku atau budaya Bank Syariah yang baik	0,13	3	0,39
2	Iklm Investasi Positif dan semangat kerja yang tinggi	0,13	3	0,39
3	Memiliki Sistem informasi yang cukup baik	0,18	4	0,72
4	Membantu pengusaha-pengusaha di Wilayah Riau	0,13	3	0,39
5	Prinsip kerja yang sesuai dengan bisnis islam	0,13	3	0,39
	Sub Total	0,70		2,28
NO	Weaknesses (W)			
1	Tenaga Ahli yang terbatas	0,04	1	0,04
2	Kurangnya variasi produk baik dari sisi pembiayaan ataupun pendanaan	0,04	2	0,18
3	Sosialisasi produk syariah belum dilakukan secara optimal	0,04	1	0,04
4	Pelayanan yang masih dikeluhkan nasabah	0,04	1	0,04
5	Kurangnya sarana pendukung	0,04	1	0,04
	Sub Total	1,00	22	2,62

Tabel 2

No	Faktor-faktor eksternal	Bobot	Rating	Nilai skor
Opportunities (O)				
1	Mayoritas masyarakat muslim	0,16	4	0,64
2	Melakukan Kerja sama	0,16	4	0,64
3	Fatwa MUI (Majelis Ulama Indonesia)	0,16	4	0,64
4	Prinsip usaha syari'ah yang tidak membatasi nasabah berdasarkan agama	0,12	3	0,36
5	Tingkat persaingan bisnis syari'ah di Riau- Kepri relatif masih rendah	0,16	4	0,64
Sub Total		0,76		2,92
Threats (T)				
1	Variasi pilihan produk Bank pesaing lebih sesuai dengan kebutuhan pasar	0,04	1	0,04
2	Munculnya teknologi baru pesaing lebih unggul	0,04	1	0,04
3	Adanya peraturan pemerintah	0,08	2	0,16
4	Masuknya Bank asing dengan modal besar	0,04	1	0,04
5	Strategi bisnis yang mudah ditiru oleh pesaing	0,04	1	0,04
Sub Total		1,00		3,24

Tabel 3 Diagram Kuadrat IFAS DAN EFAS



Tabel Matriks

EFAS	IFAS	<i>STRENGTHS</i> (KEKUATAN)	<i>WEAKNESSES</i> (KELEMAHAN)
		<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki brand image positif di masyarakat Riau dan Kepri. b. Komitmen yang tinggi dari Manajemen & <i>Stake holders</i> untuk mengembangkan bisnis Usaha Syariah. c. Teknologi Sistem informasi yang sudah <i>On-line</i> ke seluruh jaringan kantor memudahkan nasabah bertransaksi. d. Populasi muslim mayoritas di wilayah Riau-Kepri khususnya yang telah mulai memiliki kesadaran untuk bertransaksi perbankan syariah. e. Jaringan distribusi yang tersebar hingga ke daerah (tingkat kecamatan). 	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Corporate</i> b. <i>Imagemasih</i> lemah. c. Mutu Pelayanan d. masih dikeluhkan e. nasabah. f. Jaringan cabang g. masih terbatas. h. Pemahaman produk i. syariah bagi masyarakat belum optimal. Sosialisasi produk syariah belum dilakukan secara optimal. <i>Database</i> nasabah belum dimanfaatkan secara maksimal SDM secara kuantitas dan kualitas belum memenuhi kebutuhan pasar. Positioning belum jelas di mata calon nasabah. Budaya pelayanan yang masih terkonsentrasi ke bisnis konvensional, menyebabkan penetrasi ke pasar Syariah tidak optimal. j. Kurangnya variasi produk baik dari sisi pembiayaan ataupun pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. k. View SDM masih kental konvensionalnya dari internal Bank.
	<i>OPPORTUNITIES</i> (PELUANG)	S – O	W – O
	<ul style="list-style-type: none"> a. Otonomi daerah memacu pertumbuhan ekonomi dan pemerataan penghasilan bagi sektor riil. b. Adanya Fatwa MUI mengenai Bunga Bank haram. c. Undang-Undang No. 21 	<ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan promosi dengan secara rutin baik dari iklan maupun secara <i>online</i>. b. Memanfaatkan <i>brand image</i> perusahaan pusat untuk bersaing dalam mencapai pengembangan unit usaha syariah. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan promosi b. melalui iklan dan televise, c. secara rutin. Memanfaatkan potensi pasar, untuk memfokuskan pada sentra-sentra peungsaha kecil. Meningkatkan standar pelyanan terhadap nasabah.
	<i>THREATS</i> (ANCAMAN)	S – T	W – T

<p>a. Bank-bank pesaing mulai lebih fokus untuk mengembangkan bisnis Syariah baik secara umum di Indonesia, maupun secara khusus di Riau-Kepri.</p> <p>b. Penguasaan sistem informasi dan teknologi bank pesaing yang lebih</p>	<p>a. <i>Brand image</i> yang dikenal seluruh masyarakat Riau agar bisa bersaing dengan baik dan bisa mengembangkan bisnis syariah yang lebih unggul di Riau.</p> <p>b. Menjadi bank yang terbaik dengan sumber daya keuangan memadai,</p>	<p>a. Mengoptimalkan promosi</p> <p>b. sehingga nasabah paham</p> <p>c. akan prosedur produk-produk yang bank keluarkan.</p> <p>Menjaga loyalitas nasabah walaupun masih banyak saingan dari bank lain.</p> <p>Menjaga kualitas produk bank dan mengeluarkan</p>
<p>unggul.</p> <p>c. Variasi pilihan produk Bank pesaing yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan memiliki keunggulan komparatif.</p>	<p>walaupun semua bank telah mempunyai teknologi tersendiri.</p>	<p>produk-produk terbaru untuk memenuhi kebutuhan pasar.</p>
<p>Tahun 2008 dan Peraturan Bank Indonesia No./10/11/PBI/2009 yang mendorong percepatan pertumbuhan jaringan kantor Bank Umum Konvensional yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.</p> <p>d. Undang Undang No.42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPn).</p> <p>e. Prinsip usaha Syariah yang tidak membatasi nasabah berdasarkan agama tetapi lebih kepada sistem yang berbasis muamalah (ekonomi).</p> <p>f. Preferensi nasabah diperkirakan masih sangat positif terhadap sistem atau prinsip Syariah, sehingga dapat merupakan potensi pengembangan bisnis ke depan.</p> <p>g. Potensi Pasar Syariah di Riau-Kepri yang cukup luas yang masih belum tergarap oleh perbankan syariah yang ada.</p> <p>h. Tingkat persaingan bisnis Syariah diantara Perbankan Syariah di Riau-Kepri relatif masih rendah, menjadi momentum bagi UUS BRK untuk lebih dulu merebut pasar.</p> <p>i. Perkembangan kegiatan sektor riil di Riau-Kepri masih positif.</p>	<p>c. Mengadakan kerja sama dengan lembaga instansi terkait.</p> <p>d. Meningkatkan prinsip-prinsip syariah yang lebih bersifat bermualah (ekonomi).</p> <p>e. Bersaing secara sehat terhadap instansi lembaga keuangan yang lain.</p>	<p>d. Membuka ide-ide produk</p> <p>e. terbaru agar bisa bersaing pangsa pasar.</p> <p>Melakukan sosialisasi secara rutin terhadap produk perbankan syariah.</p>

Setelah diketahui hasil analisis dari pemasukan data berdasarkan klasifikasi SWOT di atas maka dapat digambarkan strategi yang akan digunakan dalam meningkatkan daya saing PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru: (1) Strategi *Strengths Opportunities* (S-O), strategi yang mengutamakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada: (a) Meningkatkan promosi dengan secara rutin baik dari iklan maupun secara *online*. (b) Memanfaatkan *brand image* perusahaan pusat untuk bersaing dalam mencapai pengembangan unit usaha syariah. (c) Mengadakan kerja sama dengan lembaga instansi terkait. (d) Meningkatkan prinsip-prinsip syariah yang lebih bersifat bermuamalah (ekonomi). (e) Bersaing secara sehat terhadap instansi lembaga keuangan yang lain.

1.Strategi *Strengths Threats* (S-T), strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi tantangan yang ada: (a) Brand image yang dikenal seluruh masyarakat Riau agar bisa bersaing dengan baik dan bisa mengembangkan bisnis syariah yang lebih unggul di Riau. (b) Menjadi bank yang terbaik dengan sumber daya keuangannya memadai, walaupun semua bank telah mempunyai teknologi tersendiri.

2.Strategi *Weaknesses Opportunities* (W-O), strategi yang meminimalkan kelemahan intern dengan memanfaatkan peluang yang kuat untuk memperbaiki kondisi yang intern: (a) Melakukan promosi melalui iklan dan televisi, secara rutin. (b) Memanfaatkan potensi pasar, untuk memfokuskan pada sentra-sentra pengusaha kecil. (c) Meningkatkan standar pelayanan terhadap nasabah. (d) Membuka ide-ide produk terbaru agar bisa bersaing pangsa pasar. (e) Melakukan sosialisasi secara rutin terhadap produk perbankan syariah.

3.Strategi *Weaknesses Threats* (W- T), strategi yang meminimalkan kelemahan intern untuk dapat bertahan dalam menghadapi tantangan: (a) Mengoptimalkan promosi sehingga nasabah paham akan prosedur produk-produk yang bank keluarkan. (b) Menjaga loyalitas nasabah walaupun masih banyak saingan dari bank lain. (c) Menjaga kualitas produk bank dan mengeluarkan produk-produk terbaru untuk memenuhi kebutuhan pasar.

KESIMPULAN

Strategi analisis SWOT meningkatkan daya saing PT. Bank Riau Kepri

Unit Usaha Syariah Pekanbaru menggunakan strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*) didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan asset, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses kepasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan profit. Hambatan dalam meningkatkan daya saing PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru berupa: *corporate image* masih lemah, mutu pelayanan masih dikeluhkan nasabah, jaringan cabang masih terbatas, pemahaman produk syariah bagi masyarakat belum optimal, sosialisasi produk syariah belum dilakukan secara optimal, *database* nasabah belum dimanfaatkan secara maksimal, SDM secara kuantitas dan kualitas belum memenuhi kebutuhan pasar, *positioning* belum jelas di mata calon nasabah, budaya pelayanan yang masih terkonsentrasi ke bisnis konvensional, menyebabkan penetrasi ke pasar syariah tidak optimal, kurangnya variasi produk baik dari sisi pembiayaan ataupun pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan *view* SDM masih kental konvensionalnya dari internal Bank.

REFERENSI

- Algaoud, M. Latifa dan Mervyn K. Lewis. 2005. *Perbankan Syariah; Prinsip, Praktik, dan Prospek*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Amin, Widjaja Tunggal. 2002. *Manajemen Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Andry. 2016. "Analisis Penerapan SWOT Terhadap Pencapaian Target Pembiayaan Bagi Hasil Pada PT. Bank Riau Kepri Kantor Cabang Syariah Pekanbaru". *Skripsi*.
- Azwar, Saifuddin. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Bungin, M. Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi Dan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Perdana Medai Group.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis*, Edisi Sepuluh. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Departement Agama RI. 2005. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang.
- Dianasari. 2014. "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk *Funding* Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bengkalis". *Skripsi*.
- Hasyim, Shalih. 2014. *Wasiat dan Pesan Penting Nabi Untuk Pemuda Muslim*. Diakses dari: <https://www.hidayatullah.com/kajian/tazkiyatunnafs/read/2014/11/07/32827/wasiat-dan-pesan-penting-nabi-untuk-pemuda-muslim2.html>, tanggal 13 September 2017.
- Jogiyanto. 2005. *Sistem Informasi Strategik Untuk Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodelogi Penelitian*, edisi pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mashuri. 2012. "Analisis Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah Dengan Pendekatan Strategi Pemasaran". *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 1 (1), 182-194.
- Mashuri. 2015. "Analisis Keunggulan Produk Pembiayaan Perbankan Syariah". *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 4 (2), 112-122.
- Muhamad. 2005. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press.
- Nisak, Zuhrotun. 2013. "Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif". *Jurnal Ekonomi* 4.
- Rahmany, Sri. 2013. "Manajemen Likuiditas Bank Syariah". *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 2 (1), 404-416.
- Ramadhan, Ahmad dan Fivi Rahmatus Sofiyah. 2013. "Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi McDonald's Ring Road)". *Media Infromasi Manajemen* 1 (4).
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Penelitian Kualitatif*. Bandung: R&D Alfabeta.
- Syafi'i, Antonio Muhammad. 2007. *Bank Syari'ah: Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Wangsawidjaja. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, Dimas Hendika; Zainul Arifin dan Sunarti. 2015. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)" *Jurnal Administrasi Bisnis* 29 (1), 59-66.
- Yusuf, A Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.