



## **Strategi Pengembangan Tabungan iB Ukhuhwah melalui Analisis SWOT di PT. BPR Syariah Gunung Slamet Cilacap**

**Asky Humeriatunnisa**

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**Ega Fransiska**

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**Humamul Hakim**

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**Unfah Ziyan Zuhwa**

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**Sulasih**

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Alamat: JL. A. Yani No. 40 A, Karanganjing, Purwanegara, kec. Purwokerto Utara, kab. Banyumas, Jawa Tengah 53126

*Korespondensi penulis:* [224110202142@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:224110202142@mhs.uinsaizu.ac.id), [sulasih@gmail.com](mailto:sulasih@gmail.com)

**Abstract** This study to analyze the development strategy of the iB Ukhuhwah Savings Product at PT. BPR Syariah Gunung Slamet Cilacap using the SWOT analysis approach (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). The SWOT framework is used to create successful development strategies and to determine the internal and external elements that affect a product's competitiveness. This research adopts approach, using information gathered by direct interviews with the management of PT. BPRS Gunung Slamet. The finding reveal that the main strengths of the product lie in its zero monthly administration fees, compliance with Islamic principles, and an attractive prize draw program for customers. However, several weaknesses are identified, such as the absence of digital banking facilities like ATMs and mobile banking. Opportunities arise from partnerships with schools, Islamic boarding institutions, and local small businesses, while threats include increasing competition from conventional banks and other financial institutions. According to the SWOT assessment, suggested strategies involve improving online banking services, strengthening promotion through social media, expanding institutional collaborations, and improving employee competence to ensure excellent service quality.

**Keywords:** *iB Ukhuhwah Savings, Islamic Rural Bank, Development Strategy, SWOT Analysis, Islamic Banking.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan produk tabungan iB Ukhuhwah di PT. BPR Syariah Gunung Slamet Cilacap menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Kerangka kerja SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan yang sukses dan mengidentifikasi unsur-unsur internal dan eksternal yang mempengaruhi daya saing produk, penelitian ini menggunakan pendekatan dengan mengumpulkan informasi melalui wawancara langsung dengan manajemen PT. BPRS Gunung Slamet. Peneliti menunjukkan bahwa kekuatan utama produk terletak pada biaya administrasi bulanan nol, kesesuaian dengan prinsip-prinsip islam, dan program undian hadiah yang menarik bagi pelanggan. Namun, beberapa kelemahan teridentifikasi, seperti ketidakhadiran fasilitas perbankan digital seperti ATM dan perbankan mobile, peluang muncul dari kemitraan dengan sekolah, lembaga pesantren islam, dan usaha kecil local, sementara ancaman meliputi persaingan yang semakin ketat dari bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan layanan perbankan digital, penguatan promosi melalui media social, perluasan kolaborasi institusional, dan peningkatan kompetensi karyawan untuk memastikan kualitas layanan yang unggul.

**Kata Kunci:** *iB Ukhuhwah Savings, Islamic Rural Bank, Development Strategy, SWOT Analysis, Islamic Banking.*

### **PENDAHULUAN**

Perbankan Syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang cepat dalam satu dekade terakhir. Masa ini melibatkan perubahan besar dalam struktur serta aturan perbankan syariah,

seiring upaya pemerintah untuk meningkatkan akses keuangan dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Secara umum, perbankan syariah di Indonesia menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam operasional perbankannya,yaitu melarang bunga serta berbagai aktivitas keuangan yang tidak sejalan dengan prinsip-prinsip islam. (Fatimah Tuzzuhro 1, Noni rozaini2 & 1Pascasarjana, 2019)

Tantangan yang semakin kompleks muncul karena perbankan syariah berkembang dengan sangat cepat. Perbankan syariah menghadapi tantangan untuk memenuhi tuntutan bisnis kontemporer dengan menghasilkan produk yang inovatif dan memenuhi persyaratan. KNEKs (2018) Tantangan ini mengharuskan perbankan syariah untuk terus berinovasi untuk menanggapi perubahan. Melahirkan berbagai jenis produk dan pembiayaan yang berbasis adalah salah satu cara perbankan syariah mengembangkan produk baru.(Susehno & Fuadi, 2024).

Fenomena semakin tingginya minat masyarakat terhadap produk tabungan syariah menunjukkan perubahan cara masyarakat memilih produk keuangan. Perubahan ini tidak hanya didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi juga pada nilai-nilai agama. Hal ini mencerminkan bahwa masyarakat kini lebih sadar dan memilih produk finansial yang memenuhi prinsip syariah, sistem perbankan syariah masih dianggap kecil jika dibandingkan dengan perbankan tradisional meskipun memiliki jumlah nasabah yang banyak. Dengan fenomena ini, banyak pertanyaan muncul tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan tabungan syariah.(Aprianti Putri Nadiva, 2025).

Untuk mencapai tujuan tersebut, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, memberikan nilai tambah dibandingkan pesaing, mengedepankan keuntungan dan keamanan produk, serta memberikan informasi dan pelayanan yang optimal. Selain itu, harga produk disesuaikan dengan keinginan nasabah. Dalam operasionalnya, lembaga keuangan perbankan syariah menyediakan beragam produk sesuai kebutuhan masyarakat. Beberapa produk yang ditawarkan oleh BPRS termasuk produk pembiayaan, tabungan, dan lainnya, salah satunya adalah produk tabungan iB ukhuwah.(Info, 2003)

Produk Tabungan iB Ukhuhah adalah salah satu produk unggulan yang ditawarkan oleh PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan simpanan yang halal dan berprinsip bagi hasil. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan yang signifikan dari produk ini, diperlukan suatu strategi pengembangan yang komprehensif dan terukur. Strategi harus dapat mengidentifikasi dan menggunakan potensi yang ada, mengatasi kekurangan, mengambil keuntungan dari peluang pasar, dan melindungi diri dari resiko.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa secara menyeluruh komponen internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi kinerja Tabungan iB Ukhuhah di PT. BPR Syariah Gunung Slamet Cilacap menggunakan kerangka Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hasil analisis ini selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk membuat strategi pengembangan yang efektif dan efisien. Tujuannya adalah untuk meningkatkan persaingan, mendapatkan lebih banyak pelanggan, dan mengumpulkan lebih banyak dana melalui tabungan iB Ukhuhah.

Analisis SWOT dianggap sebagai metode evaluasi yang paling dasar untuk menggambarkan suatu perusahaan. setiap entitas atau bisnis pasti memiliki kelebihan dan kekurangan di berbagai bidang operasional. mengimplementasikan analisis SWOT bisa menjadi dasar untuk merancang strategi dan mencapai sasaran perusahaan dengan cara yang lebih terorganisir.(Marpaung et al., 2022)

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang secara sistematis mengedintifikasi berbagai faktor untuk merancang strategi perusahaan. (Pradita Putri et al.,2022) Penilaian ini mengandalkan cara berpikir yang membantu kita memaksimalkan potensi dan kesempatan serta mengurangi kelemahan dan resiko yang ada, ini adalah evaluasi menyeluruh tentang kekuatan, Kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT merupakan langkah yang mengenali berbagai komponen secara sistematis untuk merencanakan strategi usaha. Pendekatan ini menggunakan akal sehat untuk mengoptimalkan

kekuatan dan peluang, sekaligus megurangi resiko dan masalah keuangan, diharapkan Penelitian ini dapat menawarkan kontribusi yang berguna bagi pihak manajemen PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap dalam pengambilan keputusan strategis dan pengembangan produk di masa mendatang. (Siregar & Rahmayati, 2023)

Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) Gunung Slamet adalah salah satu institusi keuangan syariah yang terletak di Cilacap, BPRS ini diatur melalui surat edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia nomor 7/SEOJK. 03/2023 yang memuat perubahan dalam kegiatan usaha dari Bank Perekonomian Rakyat menjadi Bank Perekonomian Rakyat Syariah. Regulasi yang mengatur BPRS adalah Undang-undang nomor 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah, undang-undang ini menerangkan tentang mekanisme operasional, persyaratan, dan perizinan usaha BPRS, serta aspek-aspek mengenai status hukum, anggaran dasar, dan kepemilikan BPRS, Undang-undang ini mulai berlaku pada tanggal 16 juli 2008.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Strategi Pengembangan**

Strategi pengembangan produk tabungan adalah rangkaian kebijakan dan langkah taktis yang dirancang untuk menciptakan, memodifikasi, dan menempatkan produk simpanan agar memenuhi kebutuhan nasabah serta meningkatkan daya saing lembaga keuangan. Definisi ini menekankan bahwa strategi tidak hanya menyangkut fitur teknis produk (bunga/nisbah, biaya, fasilitas) tetapi (Saraswati et al., 2023) juga aspek pemasaran dan kepatuhan terhadap regulasi atau prinsip syariah bila berlaku. Dalam studi kasus produk tabungan bahwa perumusan strategi harus berangkat dari tujuan peningkatan minat menabung dan diferensiasi produk di pasar lokal; temuan ini mendukung pentingnya integrasi tujuan pemasaran dalam strategi produk.(Dea Amanda Putri & Nikmah Dalimunthe, 2025)

Tujuan utama untuk strategi pengembangan produk tabungan meliputi peningkatan akuisisi nasabah, retensi (loyalitas), optimalisasi penghimpunan dana, dan penciptaan nilai diferensial dibanding pesaing. Untuk mencapai tujuan tersebut, komponen strategi yang sering diidentifikasi dalam literatur adalah riset pasar (segmentasi dan preferensi), desain fitur produk (mekanisme bagi hasil/nisbah atau insentif), kanal distribusi (branch, digital, agen), serta program promosi dan edukasi keuangan. Penelitian pada BMT dan lembaga mikro menunjukkan bahwa prioritas strategi sering mencakup peningkatan kualitas produk dan komunikasi untuk mempertahankan kepercayaan nasabah—menunjukkan hubungan erat antara pengembangan produk dan manajemen hubungan pelanggan.(Nugraha & Wahdini, 2023)

Dari sisi metode implementasi, strategi pengembangan produk biasanya menggunakan pendekatan analitis seperti SWOT untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebelum merancang inovasi produk; pendekatan ini membantu menentukan langkah prioritas (mis. fitur baru, bundling layanan, atau perbaikan tata kelola). Contoh nyata di perbankan syariah adalah pengembangan produk Easy Mudharabah yang dianalisis lewat SWOT untuk merumuskan strategi pemasaran dan penguatan layanan—mengilustrasikan penerapan kerangka analitis dalam praktik pengembangan produk.(Sony, 2024)

Konteks digital dan perubahan preferensi generasi muda menuntut strategi pengembangan produk tabungan yang adaptif: menggabungkan fitur digital (mobile banking, onboarding digital), gamifikasi atau mekanisme insentif, serta literasi keuangan untuk meningkatkan adopsi. (Parwanti, 2019; Sam'udin & Fasa, 2024)

### **Tabungan iB Ukhuhwah**

Tabungan iB Ukhuhwah adalah produk tabungan yang ditawarkan oleh jaringan BPR Syariah di seluruh Indonesia. Produk ini dibuat untuk memudahkan masyarakat dalam menyimpan sesuai prinsip syariah, sekaligus memberikan kesempatan untuk meraih berbagai hadiah menarik.

Tabungan iB Ukhuhwah merupakan tabungan yang menggunakan akad Mudharabah Mutlaqoh. Dengan mekanisme setiap nasabah yang bergabung bisa berkesempatan mendapatkan

hadiah dengan sistem undian yang dilaksanakan 1 tahun sekali. Sistem pembagian hasil mengikuti prorpsi yang telah disetujui antara nasabah dengan lembaga perbankan dengan keunikan produk yang ada tabungan iB ukhuwah memberikan ciri khas tersendiri.

#### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah langkah di mana manajemen mencari tahu faktor-faktor dalam dan luar yang bisa berpengaruh bagi kinerja perusahaan di masa mendatang. Proses ini membantu perusahaan atau organisasi memahami keadaan mereka dan mengelompokkan berbagai faktor tersebut menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman. Saat melnganalisis SWOT, perusahaan bias melihat kondisi mereka, menemukan kekuatan dan kelemahan dari dalam, serta mencari tahu peluang dan ancaman dari luar. Analisis ini sangat penting dalam proses perencanaan, dengan tujuan membuat strategi yang bisa mengurangi risiko dan kelemahan, serta meningkatkan peluang dan kekuatan. Dalam hal membuat keputusan penting, analisis ini berhubungan erat dengan mencapai visi, misi, berbagai strategi, tujuan, dan kebijakan perusahaan.(Zianah Safitri et al., 2024)

Instrumen pada analisis SWOT meliputi:

1. Kekuatan merupakan sesuatu yang dimiliki perusahaan, seperti kemampuan atau sumber daya yang bisa digunakan untuk melayani kebutuhan pelanggan. Kekuatan ini membuat perusahaan lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Biasanya, kekuatan berasal dari para karyawan atau dari sumber daya yang dimiliki. Tidak semua hal penting bagi setiap produk atau pasar. Oleh karena itu, sebelumnya harus diketahui faktor-faktor penting yang bisa memengaruhi kinerja produk secara langsung atau tidak langsung.
2. Kelemahan merupakan suatu hal yang menyebabkan kesulitan dalam memenuhi suatu kebutuhan konsumen. Di bawah ini disediakan matriks yang menunjukkan hubungan antara peluang dan ancaman serta strategi yang berhubungan dengan kekuatan dan kelemahan .
3. Peluang adalah keadaan yang menguntungkan di dalam dunia bisnis, situasi-situasi di sekitar bisnis yang dapat dimanfaatkan adalah peluang. Misalnya, evolusi dalam teknologi serta perbaikan interaksi antara konsumen dan produsen yang dianggap sebagai peluang.
4. Ancaman (threats) adalah suatu kondisi tidak baik dalam suatu perusahaan, ancaman ini bisa menghambat posisi saat ini atau target yang diinginkan oleh perusahaan. Contohnya, kemunculan pesaing baru, terbatasnya kesempatan untuk berkembang, serta kekuatan tawar yang rendah dari pelanggan, sistem teknologi yang berubah , dan peraturan yang sangat ketat bisa menjadi ancaman bagi kesuksesan perusahaan. (Sari, 2020)

Metode untuk memperluas sebuah bisnis dengan empat macam pendekatan, yaitu: 1. Strategi SO. Strategi ini didasarkan dari pemikiran perusahaan yang harus bisa memanfaatkan peluang secara baik. 2. Strategi ST. Dalam Pendekatan ini, perusahaan perlu memamfaatkan keunggulan yang ada untuk menghadapi potensi ancaman yang mungkin terjadi. 3. Strategi WO. Pendekatan ini bertujuan agar perusahaan dapat memaksimalkan peluang dengan baik, tetapi juga harus memperhatikan dan mengurangi kelemahan yang ada. 4. Strategi WT. Strategi ini bersifat defensive, yang berarti perusahaan harus berupaya semaksimal mungkin untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki dan menghindari ancaman yang mungkin muncul.(Prasasti, 2021)

#### **Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah jenis lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, pendirian BPRS didasarkan pada undang-undang nomor 7 tahun 1992 mengenai perbankan dn peraturan pemerintah nomor 72 tahun 1992 yang mengatur sistem perbankan dengan konsep bagi hasil. Selain itu, undang-undang nomor 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah menegaskan bahwa BPRS termasuk dalam kategori bank syariah yang tidak menyediakan layanan transaksi pembayaran .(Anisa Dwi Utami et al., 2023) BPRS memiliki karakteristik yang serupa dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR), yakni sebagai lembaga keuangan yang skala usaha relatif lebih kecil yang berfungsi sebagai perantara dalam penyediaan layanan keuangan bagi pelaku UMKM. Keberadaan BPRS berperan penting dalam memperluas akses masyarakat terhadap layanan perbankan berbasis syariah, terutama bagi masyarakat lapisan bawah. Seiring dengan meningkatnya jumlah lembaga keuangan syariah di

Indonesia, perkembangan BPRS juga menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat. (Manan & Azizah, 2021) Dari sisi produk dan layanan, sebagian besar BPR dan BPRS masih berfokus pada produk konvensional atau layanan dasar. Namun demikian beberapa diantaranya mulai berinovasi dengan mengembangkan produk berbasis teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing. (Nur Hasni et al., 2024)

Pangsa pasar BPRS masih menghadapi sejumlah tantangan yang menyebabkan ruang geraknya menjadi terbatas. Salah satu faktor yang menyebabkan adalah meningkatnya persaingan dengan berbagai lembaga keuangan lain, khususnya dalam segmen usaha mikro dan kecil. Selain itu, persaingan antara BPRS dan BMT cukup ketat karena BMT dinilai memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi serta kemampuan adaptasi yang baik terhadap kebutuhan pelaku usaha mikro. Sesuai dengan Undang-undang yang berlaku di Indonesia, BMT terbagi menjadi dua jenis, yakni Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) yang berada di bawah pengawasan kementerian koperasi dan UKM, serta Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dalam hal ini prosedur dan kriteria BPRS biasanya lebih mudah diakses oleh pelaku usaha mikro dan kecil. (Anisa Dwi Utami et al., 2023)

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kualitatif yang berorientasi pada pemahaman mendalam mengenai peristiwa sosial melalui analisis yang deskriptif. Pilihan pendekatan ini diambil karena dapat menyajikan gambaran yang menyeluruh tentang kondisi empiris tanpa mengandalkan data statistik. Menurut Nur Hasni et al. (2024), penelitian kualitatif menitikberatkan pada makna dan proses yang dialami oleh subjek penelitian. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk memahami konteks dan perilaku sosial berdasarkan pengalaman nyata yang terjadi di lapangan.

Selain itu, Ultavia et al. (2023) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang menelaah latar alamiah dari suatu fenomena sosial dengan tujuan mendeskripsikan serta menafsirkan kejadian secara naratif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berbentuk kata, kalimat, dan gambar, bukan angka atau statistik. Oleh sebab itu, pendekatan ini dianggap paling relevan untuk mengkaji realitas empiris di PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pihak PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap. Wawancara ditujukan kepada narasumber yang menguasai dan memahami isu-isu yang ada dalam Penelitian. Langkah ini bertujuan untuk mendapatkan data yang tepat, mendalam, dan sesuai, agar dapat memperkuat analisis serta penafsiran hasil penelitian.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian ini menerapkan analisis SWOT untuk menetukan faktor-faktor strategis yang dapat mempengaruhi kinerja PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap. Analisis ini meliputi Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats)

### **1. Kekuatan (Strengths)**

Kekuatan adalah kemampuan internal yang memberikan keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan yang memberikan keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan. PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap memiliki beberapa point kekuatan utama seperti penerapan prinsip syariah yang konsisten, kebijakan tanpa biaya administrasi bulanan, dan program undian dengan hadiah bagi nasabah yang memiliki saldo tertentu. Selain itu, adanya layanan jemput bola untuk memfasilitasi nasabah dalam melakukan penyetoran dana turut meningkatkan kenyamanan dan loyalitas nasabah terhadap produk Tabungan iB Ukhuhah.

### **2. Kelemahan (Weaknesses)**

Kelemahan merupakan faktor internal yang berpotensi menghambat efektivitas operasional perusahaan. PT. BPRS Gunung Slamet masih memiliki keterbatasan dalam fasilitas digital, seperti belum tersedianya layanan ATM dan mobile banking. Selain itu, jumlah kantor cabang yang terbatas turut menghambat perluasan jangkauan pelayanan kepada masyarakat.

### **3. Peluang (Opportunities)**

Peluang adalah situasi luar yang bisa dimanfaatkan untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar. PT. BPRS Gunung Slamet memiliki peluang besar melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan, sekolah, dan pondok pesantren di wilayah Cilacap. Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan syariah serta potensi nasabah dari kalangan pelaku usaha mikro, pedagang, dan nelayan memberikan peluang signifikan bagi pengembangan produk Tabungan iB Ukhuhah.

### **4. Ancaman (Threats)**

Ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat pertumbuhan perusahaan. PT. BPRS Gunung Slamet menghadapi persaingan ketat dari lembaga keuangan konvensional dan bank syariah lain yang memiliki infrastruktur digital lebih maju. Perubahan preferensi masyarakat terhadap layanan berbasis teknologi juga menjadi tantangan yang perlu diantisipasi secara strategis.

### **5. Strategi SWOT**

Berdasarkan hasil analisis SWOT, beberapa strategi pengembangan yang dapat diterapkan PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap antara lain:

#### a. Strategi Kekuatan–Peluang (SO)

Strategi ini menekankan pada penggunaan sumber daya di dalam perusahaan untuk menangkap peluang dari luar. PT. BPRS gunung Slamet bisa memperkuat pemasaran produk Tabungan iB Ukhuhah lewat platfrom media sosial seperti Instagram dan whatsapp, memperluas kerja sama dengan lembaga pendidikan, serta meningkatkan pelayanan langsung kepada masyarakat. Langkah ini diharapkan dapat memperluas basis nasabah dan mendukung pengembangan digitalisasi layanan perbankan.

#### b. Strategi Kelemahan–Peluang (WO)

Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan peluang eksternal untuk mengurangi kelemahan internal. Perusahaan dapat mempercepat transformasi digital melalui pengembangan layanan mobile banking dan internet banking, meningkatkan promosi berbasis teknologi, serta menambah variasi produk simpanan dan pembiayaan untuk menjangkau lebih banyak segmen masyarakat.

#### c. Strategi Kekuatan–Ancaman (ST)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal. PT. BPRS Gunung Slamet perlu memperkuat citra lembaga syariah melalui inovasi produk dan peningkatan kualitas layanan. Promosi yang konsisten dan berbasis nilai-nilai Islam dapat menjadi pembeda utama dalam menghadapi kompetisi dengan lembaga keuangan konvensional.

#### d. Strategi Kelemahan–Ancaman (WT)

Strategi ini dirancang untuk mereduksi kekurangan dan menghindari resiko. PT. BPRS Gunung Slamet perlu memperkuat kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan profesional, memperluas jaringan kerja sama strategis dengan platform keuangan digital, serta meningkatkan edukasi masyarakat tentang pentingnya perbankan syariah. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat ketahanan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

**Tabel. Matriks SWOT PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap**

Internal Strategy Factor Analysis Summary (IFAS)	Eksternal Strategy Factor Analysis Summary (EFAS)		
Strength (S)	1. Bebas biaya administrasi bulanan. 2. Produk sesuai prinsip syariah (akad Mudharabah). 3. Program undian hadiah menarik. 4. Pelayanan jemput	Weakness (W)	1. Tidak memiliki ATM dan mobile banking. 2. Cabang terbatas (hanya kantor kas). 3. Layanan masih manual. 4. Promosi digital

	bola. 5. Citra positif sebagai lembaga keuangan syariah lokal.		belum optimal. 5. SDM terbatas di bidang teknologi.
Opportunity (O)	1. Kerja sama dengan sekolah dan pesantren. 2. Potensi pasar dari UMKM, nelayan, dan warung. 3. Peningkatan minat terhadap produk syariah. 4. Kemajuan teknologi digital untuk inovasi.	Threat (T)	1. Persaingan ketat dengan bank konvensional. 2. Keterbatasan teknologi menurunkan daya saing. 3. Perubahan preferensi ke layanan digital. 4. Ketergantungan pasar lokal.

**Matriks Strategi SWOT**

	Strength (S)	Weakness (W)	
Opportunity (O)	Strategi SO: 1. Promosi melalui media sosial. 2. Memperluas kerja sama dengan instansi pendidikan. 3. Meningkatkan kualitas pelayanan berbasis syariah.	Strategi WO: 1. Digitalisasi layanan (e-banking, mobile banking). 2. Promosi berbasis teknologi. 3. Menambah variasi produk.	
Threat (T)	Strategi ST: 1. Inovasi produk syariah untuk memperkuat daya saing. 2. Promosi agresif produk unggulan. 3. Pemanfaatan teknologi untuk menahan kompetitor.	Strategi WT: 1. Peningkatan kualitas SDM. 2. Perbaikan sistem pelayanan. 3. Efisiensi operasional dan digitalisasi.	

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap memiliki potensi besar untuk mengembangkan produk Tabungan iB Ukhuhah melalui penerapan strategi yang tepat berdasarkan analisis SWOT. Kekuatan utama perusahaan terletak pada konsistensi penerapan prinsip syariah, kebijakan bebas biaya administrasi, dan program promosi yang menarik.

Namun demikian, perusahaan perlu memperbaiki kelemahan terkait keterbatasan digitalisasi dan perluasan jaringan layanan. Peluang besar dapat dimanfaatkan melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan serta peningkatan kualitas layanan berbasis teknologi. Di sisi lain, ancaman dari persaingan lembaga keuangan konvensional perlu diantisipasi dengan inovasi berkelanjutan dan penguatan kapasitas SDM.

Secara keseluruhan, penerapan strategi pengembangan berbasis analisis SWOT diharapkan mampu meningkatkan efektivitas operasional, memperbesar bagian pasar, serta menguatkan PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap sebagai institusi keuangan syariah yang unggul, kreatif, dan dapat diandalkan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anisa Dwi Utami, Lukman M Baga, Rahmat Yanuar, Tita Nursyamsiah, Busaid, & Mahanani, Y. (2023). Strategi Pengembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia. *Al-Muzara'Ah*, 11(1), 47–61. <https://doi.org/10.29244/jam.11.1.47-61>
- Aprilianti Putri Nadiva. (2025). Motivasi Nasabah Memilih Produk Tabungan Syariah: Studi Fenomenologi. *Journal of Sharia Banking and Islamic Financial*, Vol. 1, No. 1(1).
- Dea Amanda Putri, & Nikmah Dalimunthe. (2025). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Berhadiah Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung Di Pt Bank Syariah Indonesia Kcp Cemara Asri. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 4(2), 56–67. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v4i2.3773>
- Fatimah Tuzzuhro 1, Noni rozaini2, M. Yusuf3, & 1Pascasarjana. (2019). PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA Fatimah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi*, null(23), 301–316.
- Info, A. (2003). Editorial office. *Annals of Emergency Medicine*, 42(5), 6A. [https://doi.org/10.1016/s0196-0644\(03\)00997-1](https://doi.org/10.1016/s0196-0644(03)00997-1)
- Manan, Y. M., & Azizah, K. N. (2021). Strategi Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Tabungan Rinjani Ib Bsr Pada Bprs Bumi Rinjani Kepanjen Kantor Kas Lawang. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2), 151–165. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.999>
- Marpaung, M., Harahap, I., & Afriansyah, U. (2022). Analisis SWOT Pada Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2152–2158. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4675>
- Nugraha, S., & Wahdini, M. (2023). Strategi Pengembangan Produk Tabungan Santri Berdasarkan Analisis Swot (Studi Kasus Pada Bmt Khairul Ikhwan Martapura). *Jurnal Istiqro*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i1.1968>
- Nur Hasmi, H., Mardia, & Arum Sunarta, D. (2024). Analisis SWOT pada Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(9), 190–200.
- Nurrisa, F., Hermina, D., & Norlaila. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian : Strategi , Tahapan , dan Analisis Data Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran ( JTPP ). *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTPP)*, 02(03), 793–800.
- Parwanti, D. N. (2019). *Peran dan Kontribusi Kredit Usaha Rakyat (KUR) BRI Syariah Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah UMKM di Purbalingga*. IAIN Purwokerto.
- Pradita Putri, B., Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 209–220. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss2.art2>
- Prasasti, Z. B. R. (2021). Analisis Cara Kerja Augmented Reality (AR) Sebagai Media Pembelajaran Aksara Lampung. *OSF Preprints*. doi: 10.31219/osf.io/gsh76. <https://osf.io/preprints/gsh76/>
- Sam'udin, S., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia : Pendekatan Systematic Literature Review (SLR). *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(2), 109–122. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v3i2.10114>
- Saraswati, I. D. A. I., Putra, I. M. A. W., & Gunawan, I. M. A. O. (2023). Pengembangan Media Edukasi Pengenalan Profesi Bagi PAUD Melalui Augmented Reality Menggunakan Assemblr. *Jurnal Informasi & Teknologi*, 5(4), 348–357. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i4.463>
- Sari, D. (2020). Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan

- Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *Pragmatis*, 1(1), 7.  
<https://doi.org/10.30742/pragmatis.v1i1.1052>
- Siregar, C. A., & Rahmayati. (2023). Analisis SWOT Transformasi Digital Pada PT. BPRS Al-Washliyah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 503–517.
- Sony. (2024). Strategi Pengembangan Tabungan Easy Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sambas. *Lunggi Journal: Literasi Unggulan Ilmiah Multidisipliner*, 2(4), 626–639.
- Susehno, A., & Fuadi, R. (2024). Implementasi Hybrid Contract di Perbankan Syariah Perspektif Fatwa DSN-MUI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 43–56.  
<https://doi.org/10.30868/ad.v8i01.6486>
- Ultavia, A. B., Jannati, P., & Malahati, F. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi, *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11 (2), Desember 2023, hlm 344. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 2023.
- Zianah Safitri, Wendi El, Viona Paskreyanti Sitorus, & Indah Noviyanti. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunjuk. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 140–153. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>