

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

Penulis memilih bank syariah sebagai obyek penelitian. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menyediakan layanan jasa, seperti layanan penyimpanan, pembiayaan dan transaksi keuangan.¹ Bank syariah memiliki perbedaan dengan bank konvensional, yakni pada prinsipnya. Pada bank syariah tidak menerapkan sistem bunga, sedangkan pada bank konvensional menerapkan sistem bunga. Sehingga, perbedaan yang mencolok tersebut berdampak pada sistem operasional dan produk yang dikembangkan kedua bank tersebut.²

Perbankan syariah memiliki perkembangan yang pesat dan menunjukkan eksistensinya di Indonesia dengan dukungan dari pemerintah melalui lahirnya Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 tahun 2008.³ Berbagai tantangan dan hambatan dalam perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah dilewati, hingga sampai saat ini yang serba digital menjadi tantangan baru di dunia perbankan. Oleh karena itu dunia perbankan syariah juga perlu menjawab tantangan tersebut, dengan melakukan transformasi digital pada operasionalnya, baik dalam bentuk jasa maupun produk yang ditawarkan.

Inovasi sistem perbankan syariah di Indonesia memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan keberlangsungan hidup bank syariah itu sendiri.⁴ Pada dewasa ini, dikenal dengan istilah ekonomi baru yang tidak hanya menyangkut teknologi tinggi, namun lebih pada berinovasi saat berbisnis yang berkaitan dengan produk jasa dan sebagainya. Aktivitas produktif dalam ekonomi baru menghadapi tantangan dan karakteristik yang hampir sama, seperti

¹ Hamdi Agustin, "Teori Bank Syariah," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 1 (2021): 67–83, <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>.

² Tira Nur Fitria, "PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2015): 75–87.

³ E Amalia, "Perbankan Syariah Di Indonesia: Kontribusinya Bagi Perekonomian Nasional Dan Peran Perguruan Tinggi Dalam Rangka Akselerasi," *Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Di Indonesia* 1, no. 1 (2018): 105–20, <https://jurnaldialog.kemenag.go.id/index.php/dialog/article/view/122%0Ahttps://jurnaldialog.kemenag.go.id/index.php/dialog/article/download/122/77>.

⁴ Meirina Nurlani, "Pembaharuan Sistem Perbankan Syariah Indonesia Dalam Menghadapi Arus Ekonomi Global," *Jurnal Asy-Syarikah* 20 (2022): 178–87.

cepat, global, berjangkauan, cenderung dipengaruhi oleh pengetahuan dan syarat teknologi serta inovasi.⁵

Digitalisasi dan informasi perbankan syariah akan memberi kemudahan dan kepraktisan dalam bidang ekonomi sebagai sistem transaksi mulai dari pembayaran, pembelian, menabung, menanam saham dan lain sebagainya secara online menggunakan *smartphone*.⁶ Dalam penelitian ini, terfokus pada penggunaan layanan perbankan syariah dari perspektif remaja. Remaja sebagai acuan dalam penelitian ini karena pada dasarnya remaja banyak menghabiskan waktunya untuk menatap *smartphone*, dengan 82% mayoritas remaja menggunakan *smartphone*.⁷ Penggunaan *smartphone* pada remaja merupakan bentuk inisiatif diri sendiri atau kemauan diri sendiri, sehingga peneliti tertarik bagaimana pemanfaatan teknologi *smartphone* dalam dunia perbankan, khususnya perbankan syariah dari para remaja.⁸

B. Deskripsi Data Penelitian

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasi berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan.⁹ Pendekatan analisis ini berdasarkan kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunity*), kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strength* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis.¹⁰ Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang mempengaruhi keempat faktornya. Dengan demikian, hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategis berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-

⁵ Nafis Irkhani, "Aspek Insentif, Mekanisme Pengambilan Keputusan Dan Koordinasi (Analisis Komparasi Sistem-Sistem Ekonomi)," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2015): 65, <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v6i2.65-87>.

⁶ A'yun, Dwi, and Putri, "Peran Digitalisasi Dan Informasi Terhadap Kinerja Perbankan Syariah Dalam Perspektif Society 5.0 Di Perekonomian Di Indonesia."

⁷ Taupik Abdullah, Teuku Nanda, and Dian Ayuningtyas, "Perilaku Generasi Muda Terhadap Penggunaan Ponsel Pintar," *JURNAL HURRIAH: Jurnal Evaluasi Pendidikan Dan Penelitian* 1, no. 1 (2020): 22–27, <https://doi.org/10.56806/jh.v1i1.6>.

⁸ Ida Syafrida, Aminah Aminah, and Taufiq Awaludin, "Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah: Perspektif Nasabah Milenial," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 1 (2020): 49, <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6691>.

⁹ Mashuri and Nurjannah, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing."

¹⁰ Putra, "Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang."

faktor startegis perusahaan. Dari hasil analisis wawancara yang dilakukan serta hasil kuesioner yang disebar kepada para remaja, maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman yang terjadi, sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strengths*)

Analisis kekuatan merupakan sebuah analisis untuk melihat sejauhmana perbankan syariah memiliki kekuatan dalam menjalankan operasional dengan melakukan transformasi digital di era *society* 5.0.¹¹ pada perbankan syariah dapat diklasifikasi bahwa kekuatan perbankan syariah pada transformasi digital dapat berupa :

a. Kemudahan akses layanan perbankan

Layanan perbankan syariah di era *society* 5.0 ini telah mengalami banyak inovasi, terkhusus dalam bidang teknologi digital. Perbankan syariah melihat dan mengenali apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai konsumen layanan perbankan syariah dengan salah satunya jumlah peminat pengguna *smartphone* yang kian meningkat, khususnya bagi kaum remaja.¹² Dengan menciptakan layanan perbankan syariah secara digital yang dapat dengan mudahnya diakses melalui *smartphone* maka menjadi strategi perbankan dalam menghadapi transformasi digital di era *society* 5.0.

“Harapan saya nantinya agar layanan digital pada bank syariah dapat ditingkatkan lagi yang mudah digunakan dan mudah diakses oleh masyarakat, seperti meningkatkan informasi secara lengkap, mendalam dan rinci, walaupun sebagian besar masyarakat menilai bank syariah memiliki informasi yang jelas, meningkatkan fasilitas yang inovatif dan terbaru.”¹³

Kutipan diatas merupakan hasil wawancara penulis dengan salah satu remaja pengguna layanan perbankan syariah di Indonesia yang memiliki harapan agar layanan

¹¹ Ningsih et al., “ANALISIS SWOT FINANCIAL TECHNOLOGY PADA PERBANKAN SYARIAH DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0.”

¹² Demelia Khalisa Nuramadan et al., “Ketergantungan Handphone Pada Remaja,” *Jurnal Keperawatan Indonesia Florence Nightingale* 3, no. 1 (2023): 31–36, <https://doi.org/10.34011/jkifn.v3i1.1377>.

¹³ Wijla Nailil Muna, wawancara oleh penulis, 10 Mei, 2024, wawancara 1, transkrip.

perbankan syariah di Indonesia terus memiliki kebaruan dan dapat bersaing dengan kompetitor dalam industri yang sama.

- b. Penerapan prinsip syariah pada transformasi digital perbankan syariah

Transformasi digital dalam sistem informasi perbankan syariah adalah perkembangan penting yang tidak dapat dihindari dalam dunia keuangan yang terus berkembang. Saat ini, sektor perbankan syariah sedang menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan yang semakin ketat, perkembangan teknologi yang pesat, dan tuntutan untuk memenuhi prinsip-prinsip syariah yang ketat dalam setiap aspek bisnis. Sebagai tanggapan terhadap perubahan-perubahan ini, perbankan syariah harus mengadopsi transformasi digital yang cerdas untuk memastikan masa depan keuangan yang berkelanjutan.¹⁴

“Saya sangat setuju dengan adanya layanan perbankan syariah yang berbasis digital yang mana nantinya memberikan kepada konsumen perbankan syariah, khususnya saya yang tidak suka ribet dengan perasaan aman dan percaya karena sudah sesuai dengan prinsip syariah.”¹⁵

Dari pernyataan narasumber diatas dapat penulis simpulkan bahwa adanya Transformasi digital dalam sistem informasi perbankan syariah memberikan kesempatan besar untuk meningkatkan efisiensi, meningkatkan akses ke layanan keuangan syariah, dan memenuhi tuntutan nasabah yang semakin cerdas.

- c. Transformasi digital bentuk inovasi pada perbankan syariah

Pertumbuhan cepat teknologi digital telah mengubah secara mendasar cara berinteraksi dengan dunia, termasuk di dalamnya sektor keuangan. Fenomena ini melibatkan perkembangan pesat dalam teknologi informasi, telekomunikasi, kecerdasan buatan, analisis data, dan berbagai inovasi teknologi lainnya.¹⁶ Adapun contoh inovasi pada tranformasi digital, yakni digital banking dapat melakukan kegiatan pembukaan rekening, eksekusi transaksi

¹⁴ Parapat, Pebriansya, and Prayogo, “Transformasi Digital Dalam Sistem Informasi Perbankan Syari’ah: Masa Depan Keuangan Yang Berkelanjutan.”

¹⁵ Maysaroh Sekar Arum, wawancara oleh penulis, 10 Mei, 2024, wawancara 2, transkrip.

¹⁶ Eko Sudarmanto et al., “Transformasi Digital Dalam Keuangan Islam : Peluang Dan Tantangan” 10, no. 01 (2024): 645–55.

keuangan hingga penutupan rekening simpanan. Layanan perbankan digital diharapkan mampu memberikan kemudahan melebihi pelayanan yang sudah ada.¹⁷

d. Produk layanan digital sesuai prinsip syariah

Banyaknya inovasi produk perbankan syariah saat ini tidak menjadikannya menghilangkan ciri khas dari perbankan syariah itu sendiri, yakni inovasi-inovasi yang dilakukan harus sesuai dengan prinsip syariah. Seperti contoh perbankan syariah di Indonesia mengadopsi inovasi keuangan digital untuk meningkatkan layanan kepada konsumen atau penggunanya. Inovasi keuangan digital, termasuk *mobile banking* syariah yang merupakan bentuk inovasi yang memiliki pengaruh besar dan signifikan, telah memberikan dampak positif terhadap perkembangan bank syariah.¹⁸

e. Memudahkan akses informasi pengenalan produk perbankan syariah

Peran teknologi dan informasi yang berkembang sangat cepat kini berjalan seiring dengan jaringan teknologi informasi dan komunikasi menjadi semakin tanpa batas di dunia perbankan yang selalu terhubung dengan internet. Smartphone, komputer, dan tablet banyak digunakan dalam teknologi informasi, sehingga memudahkan orang untuk mencari informasi, berkomunikasi dengan orang lain, dan melakukan transaksi secara online.¹⁹

2. Kelemahan (*Weakness*)

a. Penyebaran layanan digital pada perbankan syariah belum menyeluruh

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi informasi, perbankan syariah juga bertumbuh dengan pesat. Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat berbagai elemen ikut menyesuaikan diri mengikuti perkembangan yang ada. Setiap bank tentunya berusaha

¹⁷ Ega Belahag Yusuf, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Inovasi Layanan Perbankan Syariah Berbasis Teknologi Sebagai Wujud Penerapan Green Banking," *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2023): 34–41.

¹⁸ Inovasi Keuangan et al., "INOVASI KEUANGAN DIGITAL MOBILE BANKING SYARIAH TERHADAP PERKEMBANGAN BANK SYARIAH," *Islamic Economics and Business Journal* 5, no. 2 (2023): 1–19.

¹⁹ Fitri Annisa Purba and Muhammad Khairul Amri, "Studi Literatur Penerapan E-Banking Syariah Pada Sistem Informasi Manajemen Perbankan Syariah Pendahuluan Metode Penelitian Hasil Dan Pembahasan" 7083, no. 1 (2023): 83–89.

menawarkan berbagai produk dengan keunggulannya masing-masing yang dibarengi dengan berbagai pilihan strategi pemasaran. Sebelum era digital di Indonesia, adalah suatu masa di mana bank syariah ada di dalam tahap untuk memperkenalkan diri dan memberikan edukasi atau pendidikan kepada masyarakat tentang bank syariah dengan penerapan prinsip syariah dalam proses kegiatan operasionalnya. Bank-bank syariah pada saat itu mengandalkan strategi pemasaran tradisional seperti iklan, seminar, dan sosialisasi.²⁰

- b. Keterbatasan akses informasi produk perbankan syariah yang tidak menyeluruh

Keterbatasan akses informasi perbankan syariah yang tidak menyeluruh menjadikan kendala dalam mempromosikan layanan produk perbankan syariah. Perbankan syariah harus menjawab tantangan tersebut dengan baik. Perbankan syariah harus meningkatkan promosi dan pengenalan produk perbankan syariah dengan disertai dengan detail fungsi dan manfaat dari produk layanan perbankan syariah tersebut. Selain itu, pengembangan perbankan syariah Indonesia di era *society* 5.0 ini tidak bisa lagi dilakukan secara parsial, akan tetapi sebaliknya pengembangan tersebut harus dibahas secara menyeluruh dan terpadu, yakni *product*, *price*, *promotion* dan *place* atau disebut dengan istilah bauran pemasaran (*Marketing Mix*).²¹

- c. Ketidakstabilan internet dan perangkat seluler

Memanfaatkan terobosan teknologi terbaru dalam masyarakat yang bergerak cepat saat ini, ketika ruang dan waktu lebih terbatas dari pada sebelumnya. Ekspansi internet yang cepat tidak hanya memungkinkan dilakukannya perubahan penting dalam bisnis keuangan, tetapi juga berkontribusi pada cara hidup yang lebih modern dengan mempermudah akses ke layanan perbankan melalui penggunaan perbankan elektronik (*mobile banking* dan perbankan online). Saat terjadi krisis keuangan, perusahaan yang menyediakan layanan keuangan lebih fokus untuk mengembangkan penawaran produk dan layanan digital

²⁰ Diah Wulandari, "Pemasaran Produk Bank Syariah Di Era Digital," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023): 3085–92.

²¹ Subandi Subandi, "Problem Dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah Kontemporer Di Indonesia," *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam* 12, no. 1 (2012): 1, <https://doi.org/10.21154/al-tahrir.v12i1.44>.

mereka. Ada kemungkinan bahwa aksesibilitas internet dan mobile banking dapat membantu industri jasa keuangan dalam pengelolaan data dan mempermudah klien untuk berkomunikasi dengan institusi mereka.²²

d. Terancamnya keamanan transaksi secara digital

Strategi pengamanan sangat berpengaruh terhadap keamanan data pribadi pada pengguna layanan perbankan syariah. Hal ini karena strategi pengamanan yang tepat dapat membantu melindungi data pribadi pengguna yang tentunya bersifat privasi dari ancaman keamanan. Semakin baik strategi yang digunakan maka akan semakin minim terjadinya kejahatan *cyber* pada data pribadi pengguna. Strategi pengamanan yang diterapkan oleh sebuah layanan perbankan syariah sangat penting dalam menjaga keamanan data pribadi pada pengguna layanan perbankan syariah.²³

e. Kendala internal (eror atau mal fungsi)

Kendala internal pada layanan digital perbankan syariah merupakan kesalahan sistem, seperti eror atau mal fungsi. Terdeteksinya permasalahan tersebut diharapkan pihak perbankan syariah mampu memilih langkah efektif yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan penggunaan produk layanan digital perbankan syariah.²⁴

3. Peluang (*Opportunity*)

a. Meningkatkan pemahaman terhadap konsep keuangan syariah

Seperti halnya pada faktor kekuatan, peningkatan pemahaman terhadap konsep keuangan syariah atau sesuai dengan prinsip syariah juga bentuk peluang bagi perbankan syariah untuk terus mengenalkan produk layanan yang benar-benar sesuai dengan syariah. Apabila dilihat dari kebanyakan remaja saat ini kurang tertarik dan kurang paham terkait

²² Novita Leviani and Slamet Wiyono, "PENGARUH MOBILE BANKING , INTERNET BANKING , NON PERFORMING LOAN DAN BIAYA OPERASIONAL PENDAPATAN OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS RETURN ON ASSET BANK PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2017 –2021," *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, no. 1 (2023): 1613–22.

²³ Adisya Poeja Kehista et al., "Analisis Keamanan Data Pribadi Pada Pengguna E-Commerce : Ancaman , Risiko , Strategi Kemanan (Literature Review)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 4, no. 5 (2023): 625–32.

²⁴ Satria Anggara, "Faktor Penghambat Minat Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Layanan Perbankan Berbasis Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2012-2014 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang)," *Jurnal Ilmiah* 10, no. 2 (2015): 1–94.

keuangan syariah, maka perlu adanya literasi keuangan syariah melalui layanan digital perbankan syariah yang kekinian sesuai dengan ketertarikan remaja saat ini yang serba efisien dan mudah. Oleh karena itu, peningkatan literasi sangat membantu remaja dalam memahami konsep-konsep dasar keuangan syariah dan mengurangi ketidaktahuan serta keraguan saat menggunakan layanan digital perbankan syariah.²⁵

- b. Eksistensi penggunaan *smartphone* menjadi peluang berkembangnya transformasi digital

Eksistensi penggunaan *smartphone* dikalangan remaja ini memang menjadi peluang besar bagi perbankan syariah untuk terus meningkatkan layanan secara digital, perlunya peningkatan produktivitas efisiensi dalam penggunaan *smartphone* dan pengawalan yang dapat dilakukan oleh perbankan syariah.²⁶

- c. Membangun kesadaran paham prinsip syariah

Pentingnya membangun kesadaran paham prinsip syariah dikalangan remaja menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah. Perbankan syariah memiliki andil dalam melakukan pengenalan prinsip syariah tersebut seperti larangan riba, transparansi, dan prinsip bagi hasil.²⁷ Seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada salah satu remaja pengguna layanan perbankan syariah berikut ini.

“Saya memilih menggunakan layanan digital perbankan syariah karena menurut saya pasti produk-produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan prinsip syariah yakni bebas riba”²⁸

²⁵ R Arifin et al., “Analisis Kelemahan Literasi Mahasiswa Dalam Pemahaman Keuangan Syariah Dan Penggunaan Fintech Syariah,” *Manhaj: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 12, no. 2 (2023): 97, <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/manhaj/article/view/11763>.

²⁶ Yopi Nugraha, Dinar Rahayu, and Deva Hafiansyah Febriana, “Pemanfaatan Transformasi Digital Dan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Kepada Masyarakat Desa Cibodas Kecamatan Cikajang,” *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri* 2, no. 3 (2023): 59–69.

²⁷ G Fasya, M Srinadila, and ..., “Membangun Kesadaran Tentang Prinsip Ekonomi Syariah Di Kalangan Usaha Kecil Dan Menengah Bumdes Cileunyi Wetan,” *Jurnal Peradaban Masyarakat* 1, no. 1 (2021): 22–25, <http://journal-stiehidayatullah.ac.id/index.php/peradaban/article/view/347%0Ahttp://journal-stiehidayatullah.ac.id/index.php/peradaban/article/download/347/292>.

²⁸ Sholikatul Lailin, wawancara oleh penulis, 10 Mei, 2024, wawancara 3, transkrip.

Pernyataan diatas merupakan bentuk peluang perbankan syariah untuk menghadapi ketertarikan remaja terhadap layanan digital perbankan syariah. Narasumber telah memahami pentingnya kesadaran paham keuangan syariah dengan menyebutkan bahwa produk layanan digital perbankan bebas riba.

d. Program kerjasama dengan sekolah atau institusi

Sejauh ini peran pendidikan Islam khususnya Perguruan Tinggi Islam telah berupaya dalam sosialisasi dan edukasi perbankan syariah. Perguruan Tinggi juga telah banyak membuka program studi ekonomi syariah dan perbankan syariah. Namun, faktanya bahwa hal ini belum memberikan dampak yang besar bagi perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Sosialisasi dan edukasi yang dilakukan hanya sebatas pengetahuan masyarakat atau pengguna saja. Masih kurangnya rasa kepercayaan masyarakat untuk menjadi nasabah perbankan syariah.²⁹

“Saya sangat setuju, karena menurut saya adanya layanan perbankan syariah yang dapat bekerjasama dengan sekolah atau institusi merupakan hal yang baik, terlebih pada sekolah atau institusi Islam, Perguruan Tinggi IAIN Kudus misalnya yang menggunakan layanan Bank Jateng Syariah untuk membayar Uang Kuliah Tunggal (UKT) tiap semester dan menggunakan layanan BSI Syariah bagi mahasiswa yang mendapatkan program KIP Kuliah dari pemerintah.”³⁰

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya kerjasama perbankan syariah dengan sekolah atau institusi merupakan peluang bagi perbankan syariah untuk terus menunjukkan eksistensinya, terlebih kerjasama dengan Perguruan Tinggi yang terarah kepada mahasiswa yang masih tergolong remaja.

e. Meluaskan produk layanan perbankan syariah

Bank syariah pada awalnya dikembangkan dari respon kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim

²⁹ Amimah Oktarina and Asnaini Asnaini, “Potensi Kontribusi Institusi Pendidikan Islam Terhadap Perkembangan Bank Syari’ah Di Indonesia,” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2020): 51, <https://doi.org/10.29300/aij.v6i1.2834>.

³⁰ Kamila Ainur Rohmah, wawancara oleh penulis, 10 Mei, 2024, wawancara 4, transkrip.

yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip syariah Islam. Pada perjalanannya sistem perbankan berbasis syariah, semakin hari semakin populer yang ditandai dengan makin suburnya bank-bank yang menerapkan konsep syariah.³¹ Popularitas perbankan syariah ini menjadi peluang untuk mengembangkan produknya dengan menyelaraskan perkembangan zaman yang serba digital atau dikenal dengan istilah era *society 5.0*.

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Tingkat kepercayaan rendah terhadap ancaman keamanan data dan privasi

Terjadinya ancaman keamanan data dan privasi sampai saat ini masih terjadi ketidakpastian perlindungan data dan privasi tersebut, karena Indonesia belum memiliki instrumen hukum yang sesuai dengan era digital. Suatu instrumen hukum perlindungan privasi dan data pribadi di era ekonomi digital setidaknya harus memenuhi 3 kriteria, yakni memiliki karakter internasional, melindungi privasi dan data pribadi sebagai hak positif serta merupakan elemen perekat individu dan masyarakat ekonomi.³²

- b. Perubahan regulasi yang berdampak pada layanan digital

Transformasi digital di Indonesia adalah salah satu kebijakan pemerintah untuk mendorong masyarakat dan pelaku bisnis dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Dalam era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi memiliki peran utama dan penting dalam meningkatkan daya saing suatu negara. Perkembangan *Society 5.0* atau Revolusi Industri 5.0 yang sebelumnya Revolusi Industri 4.0 memiliki dampak yang tak terhindarkan. Oleh karena itu, banyak pemerintah di berbagai negara telah mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan teknologi digital untuk melihat

³¹ Suryani Suryani, "Sistem Perbankan Islam Di Indonesia: Sejarah Dan Prospek Pengembangan," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3, no. 1 (2012): 111, <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.111-131>.

³² Sinta Dewi Rosadi and Garry Gumelar Pratama, "Urgensi Perlindungan data Privasi dalam Era Ekonomi Digital Di Indonesia," *Veritas et Justitia* 4, no. 1 (2018): 88–110, <https://doi.org/10.25123/vej.2916>.

peluang dan memanfaatkannya.³³ Untuk itu, perlu adanya adanya regulasi yang memadai guna menjamin legalitas dari bank digital syariah sekaligus untuk memastikan keamanan para pengguna.³⁴

- c. Persaingan ketat dengan perbankan konvensional dalam transformasi digital

Tersedianya banyak produk perbankan yang menarik, konsumen memiliki lebih banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan yang beragam. Fakta tersebut memaksa industri perbankan untuk kreatif menciptakan keunggulan bersaing di tengah persaingan ketat memperebutkan nasabah dan menjaga kepuasannya sehingga menjadi konsumen yang loyal. Keunggulan bersaing itu harus dilihat oleh konsumen sebagai keunggulan konsumen.³⁵

- d. Kurangnya pemahaman terhadap sistem kerja perbankan syariah

Pemahaman terhadap sistem kerja perbankan syariah mungkin awam bagi sebagian orang. Disinilah titik yang menjadi ancaman yang dapat menghambat perkembangan layanan digital dikenal oleh masyarakat banyak. Perlu adanya edukasi kepada masyarakat manfaat yang diperoleh melalui bank syariah adalah terhindarnya dari praktik riba, lebih aman, lebih terjamin dan adanya rasa kebanggaan sebagai umat Islam, serta memiliki keunggulan secara persaingan dalam perspektif Islam.³⁶

- e. Kurangnya pengenalan layanan digital pada perbankan syariah

³³ Sitti Aminah and Herie Saksono, "Digital Transformation of the Government: A Case Study in Indonesia," *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 37, no. 2 (2021): 272–88, <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-17>.

³⁴ Mahmud Yusuf, Sumarno, and Parman Komarudin, "Bank Digital Syariah Di Indonesia : Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah," *Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2022): 2579–6453.

³⁵ Asti Marlina and Widhi Ariyo Bimo, "Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank," *Inovator* 7, no. 1 (2018): 14, <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>.

³⁶ Irmawati and Hufra Nufikasira, "Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Herlang)," *Al-Qalam* 16 (2010), <http://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index.php/aujpsi>.

Indonesia merupakan negara *technology user country* yang perkembangan teknologi informasinya sangat cepat.³⁷ Perbankan syariah harus mengikuti trend perbankan, dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pasar keuangan Indonesia yang terus berkembang dan sangat dinamis.

“Menurut saya, layanan digital perbankan syariah belum secara menyeluruh dalam mengiklankan produk mereka. Menurut saya perbankan syariah hanya melakukan sosialisasi dalam kelompok tertentu belum secara publikasi, meskipun ada namun sulit dijangkau bagi saya sebagai remaja.”³⁸

Oleh karena pernyataan diatas, pada dunia jasa finansial, pelayanan bank syariah ini harus mampu menyediakan perangkat terintegrasi yang dapat menyajikan lintas layanan yang dapat diakses oleh berbagai media digital 24 jam. Serta membuat konten-konten yang menarik dimana konten tersebut berisi tentang promosi layanan perbankan syariah. Dengan potensi keunggulan tersebut, seharusnya perbankan syariah lebih gencar mengenalkan produk mereka kepada masyarakat, khususnya remaja yang saat ini menghindari kegiatan yang rumit dan lebih menyukai yang serba cepat.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Faktor Strategis Internal dan Eksternal

Analisis SWOT yang telah dilakukan perlu dilakukan penjelasan secara naratif agar dapat melihat dengan jelas gambaran mengenai hasil penelitian.³⁹ Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian

³⁷ Muhlisa Andini, Ramli Ramli, and Endang Sri Apriani, “Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Banking (Studi Pada BSI KCP Balikpapan Baru 1),” *JMAP: Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba* 4, no. 1 SE-Articles (2022): 17–25, <https://ejournal.poltekba.ac.id/index.php/jmap/article/view/394>.

³⁸ Maysaroh Sekar Arum, wawancara oleh penulis, 10 Mei, 2024, wawancara 2, transkrip.

³⁹ Putra, “Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang.”

tujuan institusi.⁴⁰ Dalam menganalisis hasil penelitian, diperlukan tabel faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang telah disebar kepada responden dalam bentuk kuesioner. Adapun responden yang penulis pilih sejumlah 100 responden yang termasuk pada usia remaja, yakni pada rentang usia 10 sampai 24 tahun.⁴¹ Pemilihan responden didasarkan dari beberapa pertimbangan, yakni mencakup seluruh remaja dari berbagai jenjang sekolah ataupun pekerjaan.

Dalam menjelaskan faktor internal dan eksternal dalam analisis SWOT, penulis menggunakan bobot dan rating dimana dalam menentukan kedua nilai tersebut diperoleh dari kuesioner yang telah disebar. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan masing-masing 5 dalam setiap faktor analisis SWOT. Setiap pertanyaan akan dijawab dengan jawaban yang telah penulis tentukan, yakni menggunakan skala likert 1-4 dengan kriteria Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS).⁴²

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) merupakan alat analisis yang menyediakan kondisi internal perusahaan atau dalam kasus ini adalah perbankan syariah di Indonesia yang mana dapat menentukan faktor kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan.⁴³ Dalam pembuatan Matriks IFAS perlu diketahui dan dievaluasi lingkungan internal. Ada lima langkah dalam pembuatan matriks ini, yakni:⁴⁴

- a. IFAS menyangkut lingkungan internal, pada langkah awal dibuat list daftar faktor-faktor penting lingkungan internal yang menjadi kekuatan (*strengths*) maupun kelemahan (*weaknesses*) dari perusahaan.
- b. Setiap faktor di atas perlu ditentukan bobot atas timbangannya (*weight*), dimulai dari 0,0 untuk faktor yang

⁴⁰ Istiqomah and Andriyanto, "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Wisata Kaliputu Kudus)."

⁴¹ Zulaeha Amdadi et al., "Gambaran Pengetahuan Remaja Putri Tentang Risiko Perkawinan," *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 7 (2021): 2067–74.

⁴² Febri Yana Riza, Zariul Antosa, and Gustimal Witri, "Pengembangan Lembar Kerja Peserta Didik Berbasis Multikultural Pada Pembelajaran Seni Budaya Dan Prakarya Kelas V Sekolah Dasar," *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Pembelajaran Sekolah Dasar* 4, no. 2 (2020): 21, <https://doi.org/10.24036/jippsd.v4i2.112327>.

⁴³ N Farliana, I Murniawaty, and T Wangiyanti, "Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Olahan Nanas: Pendekatan Analisis SWOT Dan Matriks IFAS-EFAS," *Jurnal DIMENSI* 11, no. 2 (2022): 386–405.

⁴⁴ Mutiara, "Analisis Matriks Ifas Dan Efas Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid-19."

- sangat tidak penting sampai 1,0 untuk faktor yang sangat penting.
- c. 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.
 - d. Langkah selanjutnya, setiap bobot atau timbangan pada langkah kedua dikalikan dengan peringkat yang telah ditentukan pada langkah ketiga untuk mendapatkan nilai tertimbangannya (*weghted score*).
 - e. Terakhir jumlahkan nilai timbangan untuk setiap perubahan 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 4.1

Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Strengths (Kekuatan)</i>			
1. Kemudahan akses layanan perbankan	0,11	4	0,44
2. Penerapan prinsip syariah pada transformasi digital perbankan syariah	0,11	4	0,44
3. Transformasi digital bentuk inovasi pada perbankan syariah	0,11	4	0,44
4. Produk layanan digital sesuai prinsip syariah	0,11	4	0,44
5. Memudahkan akses informasi pengenalan produk perbankan syariah	0,11	4	0,44

Total Strengths (Kekuatan)			2,2
Weakness (Kelemahan)			
1. Penyebaran layanan digital pada perbankan syariah belum menyeluruh	0,09	3	0,27
2. Keterbatasan akses informasi produk perbankan syariah yang tidak menyeluruh	0,09	3	0,27
3. Ketidakstabilan internet dan perangkat seluler	0,09	3	0,27
4. Terancamnya keamanan transaksi secara digital	0,09	3	0,27
5. Kendala internal (eror atau mal fungsi)	0,09	3	0,27
Total Weakness (Kelemahan)			1,35
Total faktor internal	1,0		3,55

Pada tabel diatas, dapat dilihat pada masing-masing faktor dalam analisis kekuatan perbankan syariah di Indonesia saat melakukan transformasi digital memiliki bobot, rating dan skor diangka yang sama, artinya hasil perolehan angka tersebut menunjukkan bahwa masing-masing faktor memiliki pengaruh yang sama terhadap perbankan syariah. Apabila dilihat dari total skor kekuatan, yakni 2,2 yang artinya dibawah rata-rata, maka dapat dikatakan bahwa perbankan syariah pada posisi internal yang cukup kuat.⁴⁵

Pada masing-masing faktor kelemahan perbankan syariah juga menunjukkan bobot, rating dan skor diangka yang sama, yakni 1,35 dimana angka ini menguntungkan internal perusahaan karena angka tersebut menunjukkan bahwa posisi internal perbankan syariah mengalami sedikit kelemahan, dengan kata lain perusahaan atau perbankan syariah hanya sedikit terpengaruh atas kelemahan tersebut. Sedangkan, jika dilihat total dari nilai matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) perbankan syariah di Indonesia terhadap penggunaan layanan digital oleh remaja pada era *society* 5.0 adalah 3,55. Nilai tersebut menunjukkan bahwa perkembangan transformasi digital pada perbankan syariah di

⁴⁵ Hany Setyorini, ud Effendi, and Imam Santoso, "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)," *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri* 5, no. 1 (2016): 46–53.

Indonesia berada pada posisi diatas rata-rata atau pada posisi kuat terhadap persaingan dalam industri yang sama dalam hal kekuatan internal secara menyeluruh yang berkaitan dengan bidang transformasi digital pada industri perbankan.⁴⁶

Tidak jauh berbeda dengan matriks IFAS, dalam pembuatan matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) juga perlu dicermati dan dievaluasi lingkungan eksternal perusahaan atau dalam penelitian ini berfokus pada perbankan syariah di Indonesia, baik dilingkungan secara kompleks maupun lingkungan industrinya, yaitu :⁴⁷

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 berikutnya, 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.

⁴⁶ Astuti and Ratnawati, “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100).”

⁴⁷ Diana Puspita Sari and Abdrizal Oktafianto, “PENENTUAN STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN MATRIKS IFAS – EFAS PADA CV. DINASTY,” *Seminar Nasional IENACO*, 2017, 238–45.

Demikian pula dengan matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*), jika dari hasil matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) 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.⁴⁸

Tabel 4.2
Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS)

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
1. Meningkatkan pemahaman terhadap konsep keuangan syariah	0,12	4	0,48
2. Eksistensi penggunaan <i>smartphone</i> menjadi peluang berkembangnya transformasi digital	0,11	4	0,44
3. Membangun kesadaran paham prinsip syariah	0,11	4	0,44
4. Program kerjasama dengan sekolah atau institusi	0,11	4	0,44
5. Meluasnya produk layanan perbankan syariah	0,11	4	0,44
Total <i>Opportunity</i> (Peluang)			2,24
<i>Threats (Ancaman)</i>			
1. Tingkat kepercayaan rendah terhadap ancaman keamanan data dan privasi	0,09	3	0,27
2. Perubahan regulasi yang berdampak pada layanan digital	0,09	3	0,27

⁴⁸ Mutiara, “Analisis Matriks Ifas Dan Efes Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid-19.”

3. Persaingan ketat dengan perbankan konvensional dalam transformasi digital	0,09	3	0,27
4. Kurangnya pemahaman terhadap sistem kerja perbankan syariah	0,07	3	0,14
5. Kurangnya pengenalan layanan digital pada perbankan syariah			
Total Threats (Ancaman)			1,22
Total faktor eksternal	1,0		3,46

Pada tabel diatas, dapat dilihat pada faktor peluang bahwa yang paling berpengaruh baik untuk dijadikan strategi dalam melakukan tranformasi digital adalah keinginan untuk meningkatkan pemahaman tentang konsep keuangan syariah kepada remaja. Hal tersebut ditunjukkan dengan perolahan skor yang paling tinggi diantara faktor lainnya dalam hal peluang, yakni 0,48 dengan rating 4. Adapun faktor yang lainnya memiliki skor yang sama dan tepat apabila masing-masing faktor peluang tersebut digunakan. Kemudian, jika dilihat dari total faktor peluang, yakni 2,24 menandakan bahwa faktor peluang memiliki pengaruh yang stabil, karena angka tersebut pada posisi hampir mendekati rataan, yakni 2,5.⁴⁹

Pada faktor ancaman (*threats*), secara keseluruhan memiliki nilai rating yang sama, yakni 3 pada poin 1 sampai 4 yang artinya ancaman-ancaman yang dihadapi perbankan syariah berpengaruh negatif terhadap keberlangsungan hidup perbankan syariah di Indonesia. Sedangkan pada poin 5 memiliki nilai bobot 0,07 dengan skor 0,14 yang berarti memiliki pengaruh negatif lebih sedikit dari poin lainnya pada faktor ancaman (*threats*). Apabila dilihat dari total skor ancaman (*threats*), yakni 1,22 menandakan angka tersebut berada dibawah nilai rataan. Dapat dikatakan bahwa ancaman yang dihadapi oleh perbankan syariah mengalami sedikit kelemahan internal yang dipengaruhi oleh lingkungan

⁴⁹ Dwi Safiroh Utsalina and Liduina Asih Primandari, “Analisis Swot Dalam Penentuan Bobot Kriteria Pada Pemilihan Strategi Pemasaran Menggunakan Analytic Network Process,” *Antivirus : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika* 14, no. 1 (2020): 51–60, <https://doi.org/10.35457/antivirus.v14i1.889>.

eksternal dengan dibuktikan angka yang kecil tidak terlalu berpengaruh pada internal perusahaan atau perbankan syariah.⁵⁰

Kemudian, apabila dilihat secara keseluruhan bahwa total matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) yang dimiliki perbankan syariah di Indonesia adalah 3,46. Hal ini menunjukkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan transformasi digital di era *society* 5.0 dengan baik dan strategi yang tepat. Secara efektif menunjukkan bahwa perbankan syariah memiliki peluang eksternal yang ada dan dapat menghindari pengaruh negatif yang potensial terhadap ancaman. Adapun faktor peluang (*opportunity*) merupakan lingkungan luar yang positif bagi keberlangsungan hidup perbankan syariah di Indonesia.⁵¹ Sedangkan ancaman merupakan hambatan bagi perbankan syariah dalam mengembangkan industrinya dalam hal ini terkait transformasi digital, namun perbankan syariah di Indonesia mampu mengatasi dan menghindari ancaman tersebut.⁵²

Untuk menentukan strategi yang lebih spesifik dari nilai yang dimasukkan dalam diagram pilihan strategi, karena hasil dari tabel terlihat bahwa dari skor yang ada mengarah ke strategi agresif. Berdasarkan skor yang menunjukkan bahwa kekuatan (*strengths/S*) lebih kecil dari peluang (*opportunity/O*) sehingga hasilnya nampak pada diagram berikut ini:⁵³

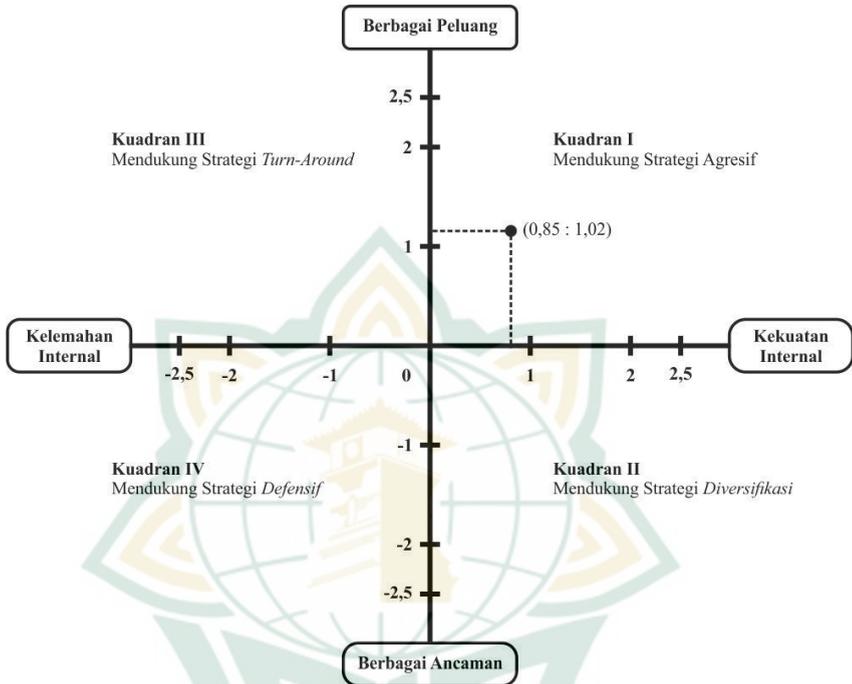
⁵⁰ Erwiani, "ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN DAN PENERAPAN STRATEGI PADA PERUSAHAAN (Studi Kasus Di Telkom Malang)," *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, n.d.

⁵¹ Sri Nurhayati, "Analisis Strategis Sistem Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus: Divisi IT Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung)," *Seminar Nasional Informatika 2009* 2009, no. semnasIF (2009): 149–54.

⁵² Reny Nugraheni and Gerardin Ranind Kirana, "Analisis Swot Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Umum Lirboyo Kota Kediri Tahun 2019," *Jurnal Kesehatan* 9, no. 2 (2021): 115–22, <https://doi.org/10.25047/jkes.v9i2.222>.

⁵³ Mashuri and Nurjannah, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing."

Gambar 4.1
Diagram Analisis SWOT



Pada diagram diatas, dapat dilihat bahwa skor berada pada kuadran I, yang artinya pada posisi yang menguntungkan perusahaan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat digunakan.⁵⁴ Strategi yang dapat digunakan pada posisi ini adalah strategi yang dapat mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth*).⁵⁵ Strategi agresif (*growth*) pada penelitian ini dapat dilakukan dengan cara menciptakan layanan digital yang mudah diakses sesuai dengan konsep keuangan syariah, menciptakan layanan digital dengan *smartphone* yang sesuai dengan prinsip syariah, menciptakan layanan digital yang memiliki inovasi terkini sebagai upaya membangun kesadaran paham prinsip syariah, menciptakan layanan digital perbankan

⁵⁴ Mutia Sumarni, "ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KOTA LANGSA," *IHTIYATH Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 6, no. 2 (2022): 121–36.

⁵⁵ Yosep Hernawan, Musafa, and Srie Wijaya Kesuma Dewi, "PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DI PERKEBUNAN KOPI PALASARI KABUPATEN BANDUNG," *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR* 3, no. 1 (2016).

yang diperuntukkan bagi sekolah atau institusi dan menciptakan produk syariah yang informatif dan digemari remaja

2. Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*)

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi operasional perbankan syariah di Indonesia. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan, dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.⁵⁶ Matriks ini juga dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diambil oleh pimpinan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Sederhananya, setiap faktor dari analisis SWOT dilakukan pencocokan dengan merumuskan strategi yang dapat dilakukan.

Hasil pencocokan kekuatan dan peluang dicatat pada sel strategi SO, hasil pencocokan kelemahan dan peluang dicatat pada sel strategi WO, hasil pencocokan kekuatan dan ancaman dicatat pada sel strategi ST, serta hasil pencocokan kelemahan dan ancaman dicatat pada sel strategi WT. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber, yaitu melalui jurnal, buku, media sosial, internet, dan lain-lain.⁵⁷ Selain itu Analisis SWOT dianggap memiliki banyak manfaat dan kelebihan dibanding metode analisis lain. Manfaat menggunakan analisis SWOT antara lain :⁵⁸

- a. Membantu melihat persoalan dari empat sisi sekaligus yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
- b. Memberikan hasil analisis yang cukup tajam sehingga dapat memberikan arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan meningkatkan keuntungan dengan memanfaatkan peluang serta mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

⁵⁶ Chaliza Aini Siregar and Rahmayati, "ANALISIS SWOT TRANSFORMASI DIGITAL PADA PT. BPRS AL-WASHLIYAH," *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 6, no. 2 (2023).

⁵⁷ Misyaida Ayunda Putri, Agus Rahayu, and Puspo Dewi Dirgantari, "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Dan Matriks IE (Studi Kasus Pada Bisnis Banjagim.Id)," *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2023, <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.20703>.

⁵⁸ Agus Hardiyanto, Ir. Irwan Soejanto, and Intan Berlianty, "Analisis Strategi Pembangunan Desa Wisata Di Sentra Pengrajin Keris," *Jurnal Opsi* 11, no. 1 (2018).

- c. Membantu membedah organisasi atau perusahaan dari empat sisi yang menjadi dasar proses identifikasi sehingga dapat menemukan sisi yang kadang terlupakan.
- d. Menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi sehingga dapat menemukan langkah terbaik yang sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

Tabel 4.3
Matriks Kualitatif SWOT

	Strength (S)	Weakness (W)
IFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan akses layanan perbankan 2. Penerapan prinsip syariah pada transformasi digital perbankan syariah 3. Transformasi digital bentuk inovasi pada perbankan syariah 4. Produk layanan digital sesuai prinsip syariah 5. Memudahkan akses informasi pengenalan produk perbankan syariah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyebaran layanan digital pada perbankan syariah belum menyeluruh 2. Keterbatasan akses informasi produk perbankan syariah yang tidak menyeluruh 3. Ketidakstabilan internet dan perangkat seluler 4. Terancamnya keamanan transaksi secara digital 5. Kendala internal (eror atau mal fungsi)
EFAS		
Opportunity (O)	SO	WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemahaman terhadap konsep keuangan syariah 2. Eksistensi penggunaan penggunaan <i>smartphone</i> menjadi peluang berkembangnya transformasi digital 3. Membangun kesadaran paham prinsip syariah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan layanan digital yang mudah diakses sesuai dengan konsep keuangan syariah 2. Menciptakan layanan digital dengan <i>smartphone</i> yang sesuai dengan prinsip syariah 3. Menciptakan layanan digital 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi produk layanan digital perbankan syariah 2. Menciptakan layanan digital yang mencakup produk-produk perbankan syariah 3. Menciptakan layanan digital yang ramah lingkungan dan berbasis syariah

<p>4. Program kerjasama dengan sekolah atau institusi</p> <p>5. Meluasnya produk layanan perbankan syariah</p>	<p>yang memiliki inovasi terkini sebagai upaya membangun kesadaran paham prinsip syariah</p> <p>4. Menciptakan layanan digital perbankan yang diperuntukkan bagi sekolah atau institusi</p> <p>5. Menciptakan produk syariah yang informatif dan digemari remaja</p>	<p>4. Meningkatkan keamanan transaksi bagi program kerjasama dengan sekolah atau institusi</p> <p>5. Meningkatkan sistem layanan digital perbankan syariah secara menyeluruh</p>
<p>Threats (T)</p>	<p>ST</p>	<p>WT</p>
<p>1. Tingkat kepercayaan rendah terhadap ancaman keamanan data dan privasi</p> <p>2. Perubahan regulasi yang berdampak pada layanan digital</p> <p>3. Persaingan ketat dengan perbankan konvensional dalam transformasi digital</p> <p>4. Kurangnya pemahaman terhadap sistem kerja perbankan syariah</p> <p>5. Kurangnya pengenalan layanan digital pada perbankan syariah</p>	<p>1. Meningkatkan kewanaman data dan privasi layanan digital</p> <p>2. Menciptakan layanan digital yang sesuai dengan regulasi yang ada</p> <p>3. Meningkatkan produk layanan digital yang inovatif dan terbaru</p> <p>4. Memberikan layanan digital yang informatif terhadap prinsip-prinsip syariah</p> <p>5. Melakukan pemasaran atau promosi produk perbankan syariah beserta fungsi dan manfaatnya</p>	<p>1. Meningkatkan promosi layanan digital yang dapat dipercaya dan aman</p> <p>2. Menciptakan layanan digital yang mudah diakses dan sesuai regulasi teknologi</p> <p>3. Meningkatkan layanan digital perbankan syariah secara keseluruhan</p> <p>4. Meningkatkan layanan digital yang aman dan informatif</p> <p>5. Meningkatkan promosi layanan digital yang memiliki sistem keamanan terpercaya</p>

Pada tabel Matriks kualitatif SWOT diatas, Matriks SWOT menghasilkan beberapa strategi alternatif yang diperoleh dari faktor-faktor internal dan eksternal sesuai dengan posisi perusahaan pada matriks.⁵⁹ Alternatif-alternatif strategi yang didapat sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan.⁶⁰ Adapun penerapan strategi SO (*Strenght-Opportunity*) pada penelitian ini, sebagai berikut :

- 1) Menciptakan layanan digital yang mudah diakses sesuai dengan konsep keuangan syariah.
- 2) Menciptakan layanan digital dengan *smartphone* yang sesuai dengan prinsip syariah.
- 3) Menciptakan layanan digital yang memiliki inovasi terkini sebagai upaya membangun kesadaran paham prinsip syariah.
- 4) Menciptakan layanan digital perbankan yang diperuntukkan bagi sekolah atau institusi.
- 5) Menciptakan produk syariah yang informatif dan digemari remaja.

b. Strategi ST (*Strenght-Threats*)

Strategi ST (*Strenght-Threats*) merupakan suatu strategi untuk menguatkan perusahaan dengan menghindari suatu ancaman yang dapat menggoyahkan perusahaan.⁶¹ Adapun penerapan strategi ST (*Strenght-Threats*) pada penelitian ini, sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan kemanan data dan privasi layanan digital.
- 2) Menciptakan layanan digital yang sesuai dengan regulasi yang ada.
- 3) Meningkatkan produk layanan digital yang inovatif dan terbaru.

⁵⁹ Setyorini, Effendi, and Santoso, "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)."

⁶⁰ Jurnal Komunikasi Global et al., "Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dengan Pendekatan Pola Komunikasi Efektif Dalam Mewujudkan Konsep Malang Smart City" 6 (2017): 175–84.

⁶¹ Adiva Fristasya et al., "Pendekatan Swot Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Sdm Di Pt X" 2, no. 1 (2021): 20–30.

- 4) Memberikan layanan digital yang informatif terhadap prinsip-prinsip syariah.
 - 5) Melakukan pemasaran atau promosi produk perbankan syariah beserta fungsi dan manfaatnya.
- c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)
- Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) merupakan strategi yang digunakan untuk mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.⁶² Adapun penerapan strategi WO (*Weakness-Opportunity*) pada penelitian ini, sebagai berikut :
- 1) Meningkatkan promosi produk layanan digital perbankan syariah.
 - 2) Menciptakan layanan digital yang mencakup produk-produk perbankan syariah.
 - 3) Menciptakan layanan digital yang ramah lingkungan dan berbasis syariah.
 - 4) Meningkatkan keamanan transaksi bagi program kerjasama dengan sekolah atau institusi.
 - 5) Meningkatkan sistem layanan digital perbankan syariah secara menyeluruh.
- d. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi WT (*Weakness-Threats*) adalah strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat *defensif* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Dalam kondisi ini, perusahaan sedang dalam bahaya, kelemahan menimpa kondisi internal, sedangkan ancaman dari luar juga menyerang.⁶³ Adapun penerapan strategi WT (*Weakness-Threats*) pada penelitian ini, sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan promosi layanan digital yang dapat dipercaya dan aman.
- 2) Menciptakan layanan digital yang mudah diakses dan sesuai regulasi teknologi.
- 3) Meningkatkan layanan digital perbankan syariah secara keseluruhan.
- 4) Meningkatkan layanan digital yang aman dan informatif.

⁶² Dewi Indrayani Hamin and Yuyu Isyana Pongoliu, “Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Taulaa” 6, no. 2 (2023): 418–28.

⁶³ Muhammad Rifki Alwan and Yuniar, “Usulan Strategi Perusahaan PT Progressio Indonesia Menggunakan Analisis SWOT Dan Matriks QSPM,” 2022.

- 5) Meningkatkan promosi layanan digital yang memiliki sistem keamanan terpercaya.

