

SKRIPSI

**PENYUSUNAN STRATEGI BERSAING DENGAN ANALISIS
SWOT PADA PT. BPR PASARRAYA KUTA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NAMA : Made Lista Handayani
NIM : 2115644071**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2025**

PENYUSUNAN STRATEGI BERSAING DENGAN ANALISIS SWOT PADA PT. BPR PASARRAYA KUTA

**Made Lista Handayani
2115644071**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada PT. BPR Pasarraya Kuta yang menghadapi permasalahan tidak tercapainya target penghimpunan dana (tabungan) maupun penyaluran kredit selama tiga tahun terakhir. Permasalahan ini menunjukkan adanya kelemahan dalam strategi yang diterapkan serta perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan melalui analisis SWOT, menentukan posisi strategi perusahaan, serta merumuskan strategi yang paling tepat untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan di masa mendatang. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pihak internal perusahaan, observasi langsung terhadap kegiatan operasional, serta penyebaran kuesioner kepada responden terkait. Instrumen yang digunakan meliputi pedoman wawancara dan kuesioner yang dirancang untuk menggali informasi tentang kondisi internal dan eksternal perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) untuk menganalisis peluang dan ancaman. Hasil analisis menunjukkan bahwa posisi strategi PT. BPR Pasarraya Kuta berada pada Kuadran I dalam matriks SWOT, yang berarti perusahaan berada dalam kondisi pertumbuhan (*growth*) dan strategi yang sesuai untuk diterapkan adalah strategi SO (*Strength-Opportunities*). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi bisnis PT. BPR Pasarraya Kuta secara lebih efektif dan terarah.

Kata Kunci: *.Analisis SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Diagram SWOT, Strategi Bersaing*

PENYUSUNAN STRATEGI BERSAING DENGAN ANALISIS SWOT PADA PT. BPR PASARRAYA KUTA

Made Lista Handayani
2115644071

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRACT

This research was conducted at PT. BPR Pasarraya Kuta, which has faced the problem of not reaching the fundraising (savings) and credit distribution targets over the past three years. This issue indicates weaknesses in the strategies implemented and the need for evaluation of the company's internal and external factors. The aim of this research is to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats that the company has through a SWOT analysis, determine the company's strategic position, and formulate the most appropriate strategies to improve the company's performance and competitiveness in the future. This research uses a mixed methods approach with both qualitative and quantitative methods. Data collection techniques were carried out through interviews with internal company officials, direct observation of operational activities, and the distribution of questionnaires to relevant respondents. The instruments used include interview guidelines and questionnaires designed to explore information about the internal and external conditions of the company. Data analysis was performed using the IFAS Matrix (Internal Factor Analysis Summary) to identify strengths and weaknesses, and the EFAS Matrix (External Factor Analysis Summary) to analyze opportunities and threats. The results of the analysis show that the strategic position of PT. BPR Pasarraya Kuta is in Quadrant I of the SWOT matrix, which means the company is in a growth condition and the appropriate strategy to implement is the SO strategy (Strength-Opportunities). This research is expected to contribute theoretically and practically to the development of business strategies for PT. BPR Pasarraya Kuta more effectively and in a targeted manner.

**Keyword: SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Diagram,
Competitive Strategy**

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Abstrak.....	ii
<i>Abstract</i>.....	iii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan.....	iv
Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah	v
Halaman Persetujuan Usulan Proposal Penelitian	vi
Halaman Penetapan Kelulusan.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Kajian Teori.....	7
B. Kajian Penelitian yang Relevan	14
C. Alur Pikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi/Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	23
D. Keabsahan Data.....	25
E. Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Hasil Penelitian	37
B. Pembahasan dan Temuan	48
C. Keterbatasan Penelitian	59
BAB V PENUTUP.....	61
A. Simpulan	61
B. Implikasi.....	62
C. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas	26
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas	27
Tabel 3. 3 Penentuan Bobot pada Faktor Eksternal (EFAS)	30
Tabel 3. 4 Penentuan Bobot pada Faktor Internal (IFAS)	32
Tabel 4. 1 <i>Internal Factors Analysis Strategy</i> (IFAS).....	51
Tabel 4. 2 <i>External Factors Analysis Strategy</i> (EFAS).....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Alur Pikir Penelitian	21
Gambar 3. 1 Diagram SWOT	33
Gambar 3. 2 Matriks SWOT	35
Gambar 4. 1 Diagram SWOT PT. BPR Pasarraya Kuta	55
Gambar 4. 2 Matrik SWOT PT. BPR Pasarraya Kuta	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Data	68
Lampiran 2: Data Perusahaan	69
Lampiran 3: Hasil Wawancara	70
Lampiran 4: Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 5: Dokumentasi Wawancara	80
Lampiran 6: Hasil Uji Validitas Kuesioner	81
Lampiran 7: Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	82



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu sektor yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi suatu wilayah adalah keberadaan lembaga-lembaga keuangan yang sering dianggap sebagai elemen utama dan penggerak perekonomian negara (Prasetyo dan Hidayati, 2024). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan tujuan utama dari lembaga keuangan adalah sebagai pendukung pembangunan nasional guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan serta stabilitas nasional demi meningkatkan kesejahteraan rakyat. Lembaga keuangan khususnya perbankan memiliki peran krusial dalam mendukung kelancaran aktivitas ekonomi, karena tanpa peran perbankan, roda perekonomian dapat terhambat atau bahkan terhenti sepenuhnya (Rasyad et al., 2022). Maka seiring dengan meningkatnya harapan masyarakat terhadap sektor perbankan, setiap bank berlomba-lomba menarik perhatian dan kepercayaan nasabah (Laksono et al., 2023).

Di era Industri 4.0, tidak bisa dipungkiri persaingan di sektor perbankan semakin meningkat sehingga berdampak pada strategi perbankan dalam membangun kepercayaan nasabah. Faktor-faktor seperti kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi serta perubahan pola konsumsi masyarakat, turut berkontribusi terhadap dinamika kompetisi di sektor perbankan (Umam dan Murwanti, 2024). Sejalan dengan hal tersebut, maka meningkatkan kepuasan nasabah menjadi hal penting bagi sektor perbankan di tengah persaingan bisnis di jasa keuangan saat ini (Perdana dan Fahrullah, 2020). Oleh karena itu, bank

dituntut guna memastikan kualitas pelayanan yang maksimal bagi masyarakat, khususnya dalam hal menyediakan kredit. Salah satu lembaga yang berfokus pada layanan kredit ini adalah Bank Perekonomian Rakyat (BPR), yang memiliki peran strategis dalam mendukung pembiayaan bagi masyarakat dan sektor usaha kecil (Suparni dan Kurniawan, 2020).

Bank Perekonomian Rakyat (BPR) juga tidak luput dari persaingan di industri perbankan ini, hal tersebut dapat dilihat dari pesatnya pertumbuhan sektor perbankan, baik bank umum maupun Bank Perekonomian Rakyat (BPR) (Djemuni dan Fadli, 2021). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di tahun 2024, BPR dan BPRS menghadapi persaingan yang semakin ketat terutama pada penyaluran kredit atau pembiayaan kepada segmen mikro dan kecil. Seiring dengan berkembangnya sektor perbankan tersebut, maka tidak dapat dihindari lagi bahwa persaingan antar perusahaan-perusahaan akan terus terjadi (Syah et al., 2021). Karena itu, dalam menghadapi persaingan, suatu perusahaan perlu memahami secara mendalam baik kondisi internalnya maupun lingkungan eksternal tempat perusahaan tersebut beroperasi dan bersaing (Syah et al., 2021).

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan perlu melakukan peninjauan dan penyesuaian strategi dalam merespons dinamika pasar, agar organisasi atau perusahaan tetap mampu bersaing secara efektif (Suci et al., 2019). Analisis SWOT merupakan proses mengidentifikasi berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal secara sistematis untuk memformulasikan strategi perusahaan (Rangkuti, 2017). Analisis SWOT mengharuskan perusahaan

memiliki rancangan ke depan dalam merumuskan strategi yang paling strategis yang akan digunakan perusahaan (Ramadhan dan Sofiyah dalam Surahman et al., 2024)

PT. BPR Pasarraya Kuta merupakan salah satu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang berlokasi di Jl. Raya Tuban No. 62, Kuta, Kabupaten Badung, Bali. Sebagai lembaga keuangan yang fokus pada pelayanan masyarakat, PT. BPR Pasarraya Kuta menyediakan berbagai produk seperti tabungan dan kredit. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan telah melakukan beberapa upaya strategi, seperti peningkatan kualitas layanan, promosi secara langsung, serta penyederhanaan proses pengajuan kredit. Namun, berdasarkan data kinerja selama tahun 2022 hingga 2024, pencapaian perusahaan belum menunjukkan hasil yang konsisten dan optimal. Jumlah pembukaan rekening baru mengalami fluktuasi dari 918 nasabah pada tahun 2022, turun menjadi 549 pada tahun 2023, lalu meningkat kembali menjadi 735 pada 2024, yang tetap belum mencapai target sebesar 840 nasabah. Begitu pula pada sisi pencairan kredit yang masih jauh dari target Rp 32,4 miliar, dengan realisasi masing-masing sebesar Rp 24,1 miliar, Rp 19,1 miliar, dan Rp 20,2 miliar selama tiga tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan belum sepenuhnya efektif dalam mendukung pencapaian target perusahaan.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan belum sepenuhnya memahami kekuatan dan kelemahan internalnya, serta belum mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal. Hal tersebut mengakibatkan strategi yang dijalankan tidak tepat sasaran dan kurang fleksibel

terhadap perubahan pasar. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal, serta menentukan posisi strategi PT. BPR Pasarraya Kuta. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat dirumuskan strategi yang lebih efektif dan relevan guna mendukung pencapaian target perusahaan di masa mendatang. Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penyusunan Strategi Bersaing dengan Analisis SWOT pada PT. BPR Pasarraya Kuta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apa yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) PT. BPR Pasarraya Kuta?
2. Apa yang menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) PT. BPR Pasarraya Kuta?
3. Di mana posisi strategi PT. BPR Pasarraya Kuta berdasarkan diagram SWOT?
4. Bagaimana formulasi strategi bersaing pada PT. BPR Pasarraya Kuta?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini akan berfokus pada analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) serta ancaman (*threats*) guna menentukan posisi strategi perusahaan dalam

persaingan dan strategi bersaing yang tepat yang dilakukan pada PT. BPR Pasarraya Kuta.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) PT. BPR Pasarraya Kuta.
- b. Untuk mengetahui apa yang menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) PT. BPR Pasarraya Kuta.
- c. Untuk mengetahui di mana posisi strategi PT. BPR Pasarraya Kuta berdasarkan diagram SWOT.
- d. Untuk mengetahui bagaimana formulasi strategi bersaing pada PT. BPR Pasarraya Kuta.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini yakni untuk mengetahui posisi perusahaan dalam persaingan dan strategi yang harus dilakukan dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi tambahan untuk menambah wawasan bagi pihak lain.

2) Bagi Perusahaan

Temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar rekomendasi dan masukan yang diharapkan mampu memberikan kontribusi konstruktif bagi PT. BPR Pasarraya Kuta sebagai bahan masukan dalam penyusunan strategi bersaing menggunakan analisis SWOT.

3) Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi penelitian yang telah tersedia, menjadi sumber rujukan bagi mahasiswa yang tertarik meneliti permasalahan serupa, serta turut menambah koleksi literatur di perpustakaan Politeknik Negeri Bali.

4) Bagi Mahasiswa

Sebagai bentuk penerapan dari teori yang telah dipelajari selama perkuliahan dengan situasi nyata di lapangan, sekaligus untuk memperluas pengetahuan mahasiswa terkait dengan analisis SWOT serta mengasah kemampuan analisis, berpikir kritis, serta keterampilan menyusun rekomendasi strategi bisnis yang aplikatif dan berbasis data.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Kekuatan yang dimiliki oleh PT. BPR Pasarraya Kuta yaitu kecepatan proses kredit, fleksibilitas SLIK/*BI Checking*, menyajikan pelayanan *pick-up service*, produk simpanan unggulan dan SDM yang ramah dan proaktif dengan total skor kekuatan sebesar 2,24. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh PT. BPR Pasarraya Kuta yaitu proses pengajuan kredit masih manual, belum digital, jumlah *Account Officer* Senior lebih sedikit dibandingkan *Account Officer* lainnya, keterbatasan fasilitas ATM/*mobile banking*, dan ruang lingkup hanya terbatas di Badung dan Denpasar dengan total skor kelemahan 0,91.
2. Peluang yang dimiliki oleh PT. BPR Pasarraya Kuta yaitu pengembangan kredit *payroll*, digitalisasi layanan, kemitraan dengan instansi/perusahaan, ekspansi produk simpanan berbasis budaya, dan kenaikan kunjungan turis asing yang berdampak positif bagi nasabah usaha *travel*/warung dengan total skor peluang 2,30. Sedangkan ancaman yang dimiliki oleh PT. BPR Pasarraya Kuta yaitu persaingan ketat dengan bank BUMN/*fintech* serta perubahan ekonomi makro yang berpengaruh pada penurunan minat menabung saat resesi dengan total skor ancaman 0,53.
3. Posisi strategi PT. BPR Pasarraya Kuta berdasarkan analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada Kuadran I. Hasil Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) menunjukkan selisih antara

kekuatan dan kelemahan sebesar 1,33, sedangkan hasil Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*) menunjukkan selisih antara peluang dan ancaman sebesar 1,72. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan berada dalam posisi yang menguntungkan.

4. Strategi yang dapat diimplementasikan PT. BPR Pasarraya Kuta sesuai dengan posisinya adalah strategi SO (*Strength-Opportunities*) yang berorientasi pada pertumbuhan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Strategi ini mencakup pemanfaatan kecepatan proses kredit dan fleksibilitas SLIK untuk mengembangkan kredit *payroll*, perluas kerja sama dengan sekolah dan instansi untuk penyaluran kredit *payroll*, mengembangkan layanan digital dan media sosial untuk promosi lebih luas, termasuk ke instansi internasional, mengoptimalkan peran sumber daya manusia yang proaktif serta memanfaatkan potensi lingkungan sekitar, termasuk nilai-nilai budaya lokal, sebagai dasar dalam menciptakan produk inovatif berbasis budaya, menyempurnakan produk simpanan unggulan yang dimiliki dengan melakukan digitalisasi layanan untuk mendukung kemudahan akses, efisiensi operasional, dan peningkatan daya saing.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disampaikan suatu implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menggambarkan kondisi lingkungan internal dan

eksternal usaha. Analisis dengan SWOT menciptakan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dapat digunakan untuk menjelaskan strategi bersaing pada PT. BPR Pasarraya Kuta. Pemaparan tersebut didukung teori yang dikemukakan Rangkuti (2016) bahwa analisis SWOT adalah alat untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT terdiri dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threat*).

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi PT. BPR Pasarraya Kuta dalam merumuskan strategi bersaing untuk mencapai tujuan perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan di atas, maka disarankan PT. BPR Pasarraya Kuta dapat menjalankan strategi SO dalam usahanya, namun strategi SO ini cenderung kurang memperhatikan kelemahan internal dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan pemanfaatan kekuatan internal. Oleh karena itu disarankan strategi SO perlu diimbangi dengan alternatif strategi lainnya. Untuk itu strategi WT pada teori SWOT ini menjadi salah satu strategi yang dapat dijalankan dalam meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2017). *Strategic Manaagement*. PT RajaGrafindo Persada.
- Djemuni, dan Fadli, M. F. (2021). Analisis Minat Menabung Nasabah PT. BPR Prima Multi Makmur. *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 1(2), 138–147. <https://doi.org/10.52300/jemba.v1i2.2992>
- Edwan. (2022). *Analisis Strategi Bersaing Dreamhome Property And Renovation*. 10(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/12781/11081>
- Hintoro, S., dan Wijaya, A. F. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branchsalatiga Menggunakan Porter's Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jemsi.v2i6.613>
- Irawan, M. R. N (2017). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Pada Pd. Bpr. Bank Daerah Lamongan. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1). <https://doi.org/10.30737/ekonika.v2i1.17>
- Islami, V, Rani dan Syahrir (2022). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Kompotitif pada BPR Rama Ganda. *JBE : Journal of Business and Economic Research* 3(3). <https://pdfs.semanticscholar.org/641e/c44e540f49985fd61bbfaeb838c27ce20792.pdf>
- Korengkeng, M. S. M., Tumbuan, W. J. F. A., dan Kawet, R. C. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kartika Matuari Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Jurnal EMBA*, 10, 1497–1505. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.39504>
- Kukuh, W., Pratiwi, N. A., dan Eliza, M. (2021). Penerapan Balanced Scorecard Serta Analisis SWOT Dalam Perancangan Strategi Pada Badan Usaha Milik Daerah PT Bank X. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1487–1499. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1487-1499>
- Kusumah, J. R. (2020). Usulan Perumusan Strategi Perusahaan Dengan analisis Swot Untuk Pencapaian Target Penjualan Cat. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jemsi.v1i5.155>
- Laksono, Y., Nurlaely, N., Susyatik, E., dan Rahayu, B. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Siklus Menggunakan Metode Analisis Swot Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Cabang Kediri. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 9(1), 118–126. <https://doi.org/10.53494/jira.v9i1.496>
- Lontaan, J., Mananeke. L., dan Tawas, H. N. (2017). Penentuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dengan

- Menggunakan Analisis SWOT di PT. Asuransi Asei Indonesia Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.25755>
- Marpaung, M., Harahap, I., dan Afriansyah, U. (2022). Analisis SWOT Pada Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam JIEI*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4675>
- Mashuri, M., dan Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
<https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Diakses pada 20 Februari 2025 dari
<https://ojk.go.id/en/default.aspx>
- Pebriyanti, F. E., dan Widodasih, R. R. W. K. (2023). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan SWOT Pada UMKM Azkia Collection, Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jimb.v6i2.19755>
- Perdana, R. W., dan Fahrullah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bukopin Kcp Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 188–187.
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p188-187>
- Perkasa, R. D., Sitorus, N., dan Siregar, A. W. (2024). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Makmur Mandiri. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business*, 7(3), 884–897. <https://doi.org/10.37481/sjr.v7i3.912>
- Prasetyo, N., dan Hidayati, N. (2024). Analisis SWOT Pentingnya Fasilitas Dan Layanan Lembaga Keuangan Bank Konvensional Di Kecamatan Singojuruh. *MOMENTUM: Jurnal Sosial Dan Keagamaan*, 13(2), 141–158.
<https://doi.org/10.58472/momentum.v13i2.158>
- Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT Gramdia Utama.
- Rasyad, F. H. S., Kurnia, R., Febriani, Y., dan Putra, R. Y. (2022). Akselerasi Transformasi Digital PT BPR Andalas Baruh Bukit : Peluang, Tantangan dan Strategi. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 7(2), 60.
<https://doi.org/10.15548/maqdis.v7i2.270>
- Rumengan, N., Soegoto, A. S., dan Tawas, H. N. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Amanan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Istiqlal Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 546–560. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48637>

- Sodiq, A. (2018). Analisis SWOT Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1). <https://doi.org/10.21043/malia.v1i1.3981>
- Suci, R. P., Hermawati, A., dan Suwarta, S. (2019). Pentingnya Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Kinerja SDM (Studi Kasus Usaha Mikro Kecil dan Menengah Malang). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(2). <https://doi.org/10.35906/jm001.v5i2.369>
- Suparni, E., dan Kurniawan, A. (2020). Strategi Promosi Perkreditan Pada PT BPR Intidana. *Economicus*, 14(1), 66–77. <https://scholar.archive.org/work/twx5j3jvrrbjzofx3rdulsylmi/access/wayback/http://ejournal.dewantara.ac.id/index.php/economicus/article/download/185/137>
- Surahman, S., Tulak, O. P., Aisyah, S. N., Tasik S. S. B, Nabila, B., dan Khotimah, H. H. (2024). Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada Retail Tradisional Di Toko Pangestu. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 5(02), 212–222. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v5i02.212>
- Syah, R. F., Fasa, M. I., dan Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>
- Thahir, I. M. C., Agussalim, M. I., Nizam. S., Febriashalatifa, P., dan Saddam, M. (2024). Penguatan Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Untuk Layanan Gadaai Tabungan Emas Syariah di Unit PT. Pegadaian Syariah Pangkajene. *Jurnal BUDIMAS*, 6(2), 1–7. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/14332/5844>
- Umam, K., dan Murwanti, S. (2024). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Sebelum dan sesudah Akuisisi Pada PT. BCA Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1257–1268. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4151>
- Yaqin, H. N., dan Wijayanti, I. M. (2023). Strategi Pemasaran dan SWOT dalam Pembangunan Brand Image dan Penguatan Pondasi Bank Syariah. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 49–56. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1749>
- Yohansyah, Klara R. A., Mananeke, L., dan Tawas, H. N. (2020). Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisa SWOT Pada Produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) CP. Manado Utara. *Jurnal EMBA*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.31167>