

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Bobot Matriks IFE dan EFE

Responden 1 : Sub-Branch Manager

		FAKTOR INTERNAL (HORIZONTAL)												
		NO.	1	2	3	4	5	6	7	8	12	13	JUMLAH	BOBOT
<b>FAKTOR INTERNAL (VERTIKAL)</b>	1		2	3	3	3	3	3	2	2	2		23	0,139
	2	3		1	1	2	2	2	2	2	3	2	18	0,109
	3	2	3		1	2	3	1	3	2	2		19	0,115
	4	2	2	1		1	2	2	2	2	2		16	0,097
	5	2	2	1	1		2	1	2	3	1		15	0,091
	6	2	2	2	1	2		2	2	3	2		18	0,109
	7	2	2	1	1	2	2		2	2	2		16	0,097
	8	1	1	1	2	1	1	1		2	1		11	0,067
	12	1	1	1	2	1	1	2	2		1		12	0,073
	13	2	1	2	1	2	2	2	2	3			17	0,103
<b>TOTAL</b>												<b>165</b>	<b>1,000</b>	
		FAKTOR EKSTERNAL (HORIZONTAL)												
		NO.	1	2	3	4	5	6	7	8	JUMLAH	BOBOT		
<b>FAKTOR EKSTERNAL (VERTIKAL)</b>	1		2	2	2	2	2	2	2	2		14	0,132	
	2	2		2	2	2	2	2	2	2		14	0,132	
	3	2	2		2	2	2	3	2			15	0,142	
	4	2	2	2		2	2	2	2			14	0,132	
	5	2	2	2	2		2	2	2			14	0,132	
	6	1	2	1	2	2		3	2			13	0,123	
	7	1	1	1	1	1	1		1			7	0,066	
	8	2	2	2	2	2	2	2	3			15	0,142	
<b>TOTAL</b>												<b>106</b>	<b>1,000</b>	

Responden 2 : Account Officer

		FAKTOR INTERNAL (HORIZONTAL)													
		NO.	1	2	3	4	5	6	7	8	12	13		JUMLAH	BOBOT
FAKTOR INTERNAL (VERTIKAL)	1		2	2	2	2	2	3	2	2	1		18	0,107	
	2	2		2	1	2	2	3	2	2	2		18	0,107	
	3	3	3		2	1	1	3	2	2	1		18	0,107	
	4	3	3	2		1	1	3	2	2	1		18	0,107	
	5	2	2	1	1		2	2	1	2	2		15	0,089	
	6	2	2	1	1	2		2	2	2	3		17	0,101	
	7	2	2	1	1	1	2		1	1	2		13	0,077	
	8	3	2	1	1	2	2	2		2	2		17	0,101	
	12	3	2	2	2	2	3	2	2		2		20	0,119	
	13	2	2	1	1	2	2	2	1	1			14	0,083	
													<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>1,000</b>
		FAKTOR EKSTERNAL (HORIZONTAL)													
		NO.	1	2	3	4	5	6	7	8		JUMLAH	BOBOT		
FAKTOR EKSTERNAL (VERTIKAL)	1		2	2	2	2	2	1	2		13	0,130			
	2	2		2	2	2	2	1	1		12	0,120			
	3	2	2		2	2	2	2	2		14	0,140			
	4	2	2	1		2	2	2	2		13	0,130			
	5	1	1	1	2		2	1	1		9	0,090			
	6	1	1	1	2	2		1	2		10	0,100			
	7	2	2	2	3	3	3		3		18	0,180			
	8	1	1	2	2	2	2	1			11	0,110			
													<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>1,000</b>

Responden 3 : Operation Staff

		FAKTOR INTERNAL (HORIZONTAL)													
		NO.	1	2	3	4	5	6	7	8	12	13		JUMLAH	BOBOT
FAKTOR INTERNAL (VERTIKAL)	1		2	2	1	2	2	2	2	2	2	1		16	0,096
	2	2		2	1	2	2	3	2	2	2			18	0,108
	3	3	3		2	1	1	3	2	2	2	1		18	0,108
	4	3	3	2		1	1	3	2	2	2	1		18	0,108
	5	2	2	1	1		2	2	1	2	2			15	0,090
	6	3	2	1	1	2		2	2	2	2	3		18	0,108
	7	2	2	1	1	1	2		1	1	2			13	0,078
	8	3	2	1	1	2	2	2		2	2			17	0,102
	12	3	2	2	2	2	3	2	2		2			20	0,120
	13	2	2	1	1	2	2	2	1	1				14	0,084
													<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>1,000</b>
		FAKTOR EKSTERNAL (HORIZONTAL)													
		NO.	1	2	3	4	5	6	7	8			JUMLAH	BOBOT	
FAKTOR EKSTERNAL (VERTIKAL)	1		2	2	2	2	2	1	2				13	0,124	
	2	2		2	2	2	2	1	2				13	0,124	
	3	2	2		2	2	2	2	2				14	0,133	
	4	2	2	2		2	2	2	2				14	0,133	
	5	1	1	2	2		2	1	2				11	0,105	
	6	1	1	2	2	2		1	2				11	0,105	
	7	2	2	2	3	3	3		3				18	0,171	
	8	1	1	2	2	2	2	1					11	0,105	
													<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>1,000</b>

Lampiran 2 Rata-Rata Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal

Pembobotan Faktor Internal

<b>RATA-RATA PEMBOBOTAN FAKTOR INTERNAL</b>				
<b>Responden 1 (Sub-Branch Manager)</b>	<b>Responden 2 (Account Officer)</b>	<b>Responden 3 (Operation Staff)</b>	<b>RATA - RATA PEMBOBOTAN</b>	<b>No. Pertanyaan</b>
0,139	0,107	0,096	<b>0,114</b>	1
0,109	0,107	0,108	<b>0,108</b>	2
0,115	0,107	0,108	<b>0,110</b>	3
0,097	0,107	0,108	<b>0,104</b>	4
0,091	0,089	0,090	<b>0,090</b>	5
0,109	0,101	0,108	<b>0,106</b>	1
0,097	0,077	0,078	<b>0,084</b>	2
0,067	0,101	0,102	<b>0,090</b>	3
0,073	0,119	0,120	<b>0,104</b>	4
0,103	0,083	0,084	<b>0,090</b>	5
<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>	

Pembobotan Faktor Eksternal

<b>RATA-RATA PEMBOBOTAN FAKTOR EKSTERNAL</b>				
<b>Responden 1 (Sub-Branch Manager)</b>	<b>Responden 2 (Account Officer)</b>	<b>Responden 3 (Operation Staff)</b>	<b>RATA - RATA PEMBOBOTAN</b>	<b>No. Pertanyaan</b>
0,132	0,130	0,124	<b>0,129</b>	1
0,132	0,120	0,124	<b>0,125</b>	2
0,142	0,140	0,133	<b>0,138</b>	3
0,132	0,130	0,133	<b>0,132</b>	4
0,132	0,090	0,105	<b>0,109</b>	1
0,123	0,100	0,105	<b>0,109</b>	2
0,066	0,180	0,171	<b>0,139</b>	3
0,142	0,110	0,105	<b>0,119</b>	4

Lampiran 3 Tabel Matriks SWOT

**SWOT MATRIX for BTN Syariah KCPS Cikarang - Fayumi**

<b>SWOT MATRIX for BTN Syariah KCPS Cikarang - Fayumi</b>		
	<b>KEKUATAN:</b>	<b>KELEMAHAN:</b>
	1. Adanya kantor layanan syariah di Bank Tabungan Negara Konvensional	1. Pembukaan rekening hanya dapat dilakukan oleh lembaga yang telah melakukan PKS (Perjanjian Kerjasama), sehingga tidak dapat dilakukan oleh perorangan (individu)
	2. Produk Simpanan Pelajar iB sangat murah. Mulai dari awal pembukaan rekening, penyetoran, dan saldo minimum hanya Rp. 1000,00 tidak adanya biaya administrasi	2. Tidak terdapat produk SIMPEL iB pada aplikasi mobile banking Bank BTN
	3. Dapat digunakan sebagai sarana pembayaran sekolah	3. Pemasaran yang dilakukan belum maksimal
	4. Produk BTN Simpanan Pelajar iB sesuai dengan prinsip syariah	4. Perubahan jam layanan dan penutupan outlet
	5. Pemasaran serta pelayanan dilakukan pada saat masa pandemi Covid-19 melalui media digital yang mempermudah proses pemasaran	5. Banyak Sumber Daya Manusia (SDM) yang terpapar virus Covid-19 yang mengakibatkan pemasaran dan pelayanan kurang maksimal, sehingga banyak terjadi double job yang dikerjakan oleh karyawan Bank BTN Syariah yang tidak terpapar virus
<b>PELUANG:</b>	<b>SO Strategies</b>	<b>WO Strategies</b>
1. Bermitra dengan berbagai lembaga pendidikan atau sekolah yang terpercaya		Melakukan kerjasama dengan lembaga pendidikan non-akademik seperti tempat kursus atau bimbingan belajar (bimbel) sebagai (1) Memberdayakan fasilitas pembayaran uang kursus atau bimbel, dan (2) Mengajukan peluang kerjasama dimana tempat kursus ataupun bimbel menjadi agen penjualan produk SIMPEL iB dengan memberikan <i>referral fee</i> bagi yang berhasil menjual produk SIMPEL iB ke salah satu siswa di tempat kursus ataupun bimbel yang telah bekerjasama (W1,W3,O1)
2. Dukungan Pemerintah dengan adanya fatwa dan Undang-undang Perbankan Syariah		
3. Meningkatkan perkembangan Bank Syariah di Indonesia		
4. Terjadi pelonggaran kebijakan dari Pemerintah khususnya di masa Pandemi Covid-19	(1) Melakukan upaya pemasaran dengan menggunakan media digital melalui analisa target konsumen yang lebih spesifik (niche market) yaitu kepada anak sekolah SMP-SMA (usia gen-Z dan <i>alpha baby</i> ); (2) Rutin melakukan penjadwalan konten harian pada media sosial seperti instagram (karena mayoritas usia gen Z dan alpha baby banyak menghabiskan waktu di instagram dibandingkan media sosial lainnya (FB, LinkedIn, atau twitter); (3) Serta membuat testing iklan dengan objektifnya adalah menarik perhatian (awareness) bagi guru, kepala sekolah, dan yayasan sekolah dengan harapan mereka sadar dan tertarik untuk dihubungi serta diberikan penawaran yang dimana bahwa dengan bekerjasama pada produk SIMPEL iB maka akan memberikan peluang kemudahan pembayaran uang SPP serta memberikan literasi menabung sejak dini. (S2, S3, S5, O4)	
<b>ANCAMAN</b>	<b>ST Strategies</b>	<b>WT Strategies</b>
1. Produk yang serupa dengan produk Bank Syariah lain		
2. Banyaknya lembaga pendidikan atau sekolah yang melakukan aktivitas pendidikan menggunakan daring (online)		
3. Anjuran Pemerintah untuk melakukan PSBB, PPKM, dan/ atau Lockdown bagi hampir seluruh industri (termasuk perbankan) di Indonesia	Memfaatkan media pemasaran digital melalui pengiriman surat penawaran kerjasama menggunakan email dan menawarkan pertemuan membahas peluang kerjasama menggunakan media daring seperti zoom meeting ataupun google meet. (S5, T2, T3)	
4. Ancaman penyebaran virus Covid-19 yang terus meningkat		

**Lampiran 4 Jawaban Hasil Wawancara**

## UNIT OPERATION STAFF

Nama Narasumber : Syarif Hidayatullah  
Jabatan : Operation Staff  
Tempat : Bank BTN KCPS Cikarang  
Waktu Wawancara : Pukul 13.41 s/d Selesai 17 November 2021

1. Berapa rentang usia target konsumen dari produk BTN SIMPEL iB?
  - Usia target konsumen sekitar 7-18 tahun.
2. Apakah ada rata-rata pendapatan dari target konsumen BTN SIMPEL iB?
  - Tidak ada target pendapatan.
3. Bagaimana profesi pekerjaan dari target konsumen?
  - Tidak adanya target profesi pekerjaan karna diperuntukan untuk anak sekolah.
4. Apa manfaat produk yang dicari oleh target konsumen?
  - Biasanya nasabah yang menabung menggunakan produk SIMPEL ini untuk melakukan transaksi pembayaran sekolah dan mengedukasi untuk menabung sejak dini.
5. Pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh Bank BTN KCPS Cikarang terkait produk BTN SIMPEL iB?
  - Biasanya kami mendatangi langsung kesekolah-sekolah yang telah PKS (Perjanjian Kerja Sama) dengan cara *open table* dan menawarkan langsung kepada pihak-pihak sekolah seperti kepala sekolah dan guru-guru.

6. Bagaimana cara bank BTN memasarkan produknya pada saat pandemi (PSBB, WFH)?
  - Menggunakan media sosial dan menghubungi langsung by phon kepada lembaga-lembaga sekolah.
7. Hambatan apa saja pada saat melakukan pemasaran dimasa pandemi?
  - Hambatan dalam melakukan kegiatan pemasaran akses terbatas, tapi kita tetap mengikuti kebijakan pemerintah.
8. Apa saja yang menjadi keunggulan produk BTN SIMPEL iB?
  - Murah dalam pembukaan rekening, melakuka pembayaran sekolah dengan mudah dan gampang, bisa bertransaksi di Bank BTN konvensional juga karena ada layanan syariah.
9. Apakah pernah ada komplain dari nasabah BTN SIMPEL iB?
  - Sejauh ini tidak ada untuk produk SIMPEL ini, tapi dalam operasionalp biasanya ada seperti mati listrik, ATM tidak dapat ditarik tunai dll.
10. Hambatan apa saja yang dialami saat menjalankan kegiatan operasional perusahaan?
  - Hambatannya pandemi, inflasi, mati listrik
11. Bagaimana cara/metode yang dilakukan bank BTN menentukan calon konsumennya?
  - Tidak ada penentuan calon konsumen, terkecuali nasabah yang bermasalah.
12. Dimana tempat atau lokasi dari team pemasaran produk SIMPEL BTN melakukan prospek?

- Lokasi pemasaran yang kita lakukan biasanya di kantor menawarkan melalui *by phone*, datang kesekolah-sekolah, ketempat-tempat adanya acara.

13. Mengapa nasabah harus menggunakan produk SIMPEL tersebut?

- Murah dalam pembukaan rekening serta memudahkan dalam pembayaran sekolah.

## UNIT CUSTOMER SERVICE

Nama Narasumber : Salvira Fajar Putri  
Jabatan : Customer Service  
Tempat : Bank BTN KCPS Cikarang  
Waktu Wawancara : Pukul 12.39 s/d Selesai 17 November 2021

1. Berapa rentang usia target konsumen dari produk BTN SIMPEL iB?
  - 17 tahun kebawah, sasaran target konsumen rata-rata anak SD (Sekolah Dasar)
2. Apakah ada rata-rata pendapatan dari target konsumen BTN SIMPEL iB?
  - Hanya data pribadi tidak adanya target pendapatan.
3. Bagaimana profesi pekerjaan dari target konsumen?
  - Tidak ada
4. Apa manfaat produk yang dicari oleh target konsumen?
  - Manfaat menabung sejak dini dan kebanyakan mereka menggunakan produk SIMPEL untuk pembayaran sekolah.
5. Pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh Bank BTN KCPS Cikarang terkait produk BTN SIMPEL iB?
  - Datang kesekolah-sekolah
6. Bagaimana cara bank BTN memasarkan produknya pada saat pandemi (PSBB, WFH)?
  - Ketika PSBB kita melakukan pemasarannya melalui surat penawaran yang didalamnya sudah ada kontak person apabila mereka bersedia

biasanya mereka menghubungi kita bisa melalui *by phone*, google meet, zoom, atau melakukan pertemuan secara terbatas.

7. Hambatan apa saja pada saat melakukan pemasaran dimasa pandemi?
  - Akses, dan susah melakukan pertemuan karena adanya PSBB.
8. Apa saja yang menjadi keunggulan produk BTN SIMPEL iB?
  - Murah karena setorannya hanya 1.000, dapat kartu ATM, Buku tabungan, tidak adanya biaya admin.
9. Apakah pernah ada komplain dari nasabah BTN SIMPEL iB?
  - Untuk tabungan SIMPEL tidak adanya komplain
10. Hambatan apa saja yang dialami saat menjalankan kegiatan operasional perusahaan?
  - Penutupan outlet secara berkala, akses yang diakibatkan PSBB dan melakukan transaksi di cabang sehingga nasabah jauh dalam melakukan transaksi.
11. Bagaimana cara/metode yang dilakukan bank BTN menentukan calon konsumennya?
  - Semua umur bisa masuk
12. Dimana tempat atau lokasi dari team pemasaran produk SIMPEL BTN melakukan prospek?
  - Langsung datang kesekolah-sekolah yang sudah PKS (Perjanjian Kerjasama)
13. Mengapa nasabah haru menggunakan produk SIMPEL tersebut?
  - Murah dan ekonomis

## Lampiran 5 Dokumentasi Pengambilan Data Penelitian



## Lampiran 6 Kuesioner Penelitian

### Hasil Kuesioner Bagian Operation Staff

**KUESIONER PENELITIAN**  
**Strategi Pemasaran Produk BTN Simpanan Pelajar iB (SIMPEL)**  
**Dengan Pendekatan Matriks IFE dan EFE**

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang Strategi Pemasaran Produk BTN Simpanan Pelajar iB (SIMPEL) Dengan Pendekatan Matriks IFE dan EFE. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan Bapak/Ibu, saya memohon dengan hormat kesediaannya untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan banyak terimakasih.

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : *Syarif. Hidayatullah.*  
Jabatan : *Operation Staff.*  
Jenis Kelamin : *Pria.*

**KETERANGAN PENGISIAN**

Dalam memberikan rating pada menggunakan skala rating 1, 2, 3, 4 untuk menunjukkan seberapa efektif faktor-faktor internal dan eksternal yang ada dalam perusahaan.

- 1 Tidak Berpengaruh
- 2 Kurang Kuat Pengaruhnya
- 3 Kuat Pengaruhnya
- 4 Sangat Kuat Pengaruhnya

NO	Pertanyaan	1	2	3	4
<b>Kekuatan</b>					
1	Adanya kantor layanan syariah di Bank Tabungan Negara Konvensional			✓	
2	Produk Simpanan Pelajar iB sangat murah. Mulai dari awal pembukaan rekening, penyetoran, dan saldo minimum hanya Rp. 1000,00 tidak adanya biaya administrasi			✓	✓
3	Dapat digunakan sebagai sarana pembayaran sekolah				✓
4	Produk BTN Simpanan Pelajar iB sesuai dengan prinsip syariah			✓	✓
5	Pemasaran serta pelayanan dilakukan pada saat masa pandemi Covid-19 melalui media digital yang mempermudah proses pemasaran			✓	
<b>Kelemahan</b>					
6	Pembukaan rekening hanya dapat dilakukan oleh lembaga yang telah melakukan PKS (Perjanjian Kerjasama), sehingga tidak dapat dilakukan oleh perorangan (individu)		✓		
7	Tidak terdapat produk SIMPEL iB pada aplikasi mobile banking Bank BTN		✓		
8	Pemasaran yang dilakukan belum maksimal	✓			
9	Perubahan jam layanan dan penutupan outlet		✓		
10	Banyak Sumber Daya Manusia (SDM) yang terpapar virus Covid-19 yang mengakibatkan pemasaran dan pelayanan kurang maksimal, sehingga banyak terjadi double job yang dikerjakan oleh karyawan Bank BTN Syariah yang tidak terpapar virus	✓			
<b>Peluang</b>					
11	Bermitra dengan berbagai lembaga pendidikan				

	atau sekolah yang terpercaya				✓
12	Dukungan Pemerintah dengan adanya fatwa dan Undang-undang Perbankan Syariah			✓	
13	Meningkatkan perkembangan Bank Syariah di Indonesia				✓
14	Terjadi pelanggaran kebijakan dari Pemerintah khususnya di masa Pandemi Covid-19				✓
<b>Ancaman</b>					
15	Produk yang serupa dengan produk Bank Syariah lain				✓
16	Banyaknya lembaga pendidikan atau sekolah yang melakukan aktivitas pendidikan menggunakan daring (online)				✓
17	Anjuran Pemerintah untuk melakukan PSBB, PPKM, dan/ atau Lockdown bagi hampir seluruh industri (termasuk perbankan) di Indonesia			✓	
18	Ancaman penyebaran virus Covid-19 yang terus meningkat				✓

## Hasil Kuesioner Bagian Sub Branch Manager

### KUESIONER PENELITIAN

#### Strategi Pemasaran Produk BTN Simpanan Pelajar iB (SIMPEL)

#### Dengan Pendekatan Matriks IFE dan EFE

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang Strategi Pemasaran Produk BTN Simpanan Pelajar iB (SIMPEL) Dengan Pendekatan Matriks IFE dan EFE. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan Bapak/Ibu, saya memohon dengan hormat kesediaannya untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan banyak terimakasih.

#### IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Siti Suparyanti  
Jabatan : Sub - Branch Manager  
Jenis Kelamin : Perempuan

#### KETERANGAN PENGISIAN

Dalam memberikan rating pada menggunakan skala rating 1, 2, 3, 4 untuk menunjukkan seberapa efektif faktor-faktor internal dan eksternal yang ada dalam perusahaan.

- 1 Tidak Berpengaruh
- 2 Kurang Kuat Pengaruhnya
- 3 Kuat Pengaruhnya
- 4 Sangat Kuat Pengaruhnya

NO	Pertanyaan	1	2	3	4
<b>Kekuatan</b>					
1	Adanya kantor layanan syariah di Bank Tabungan Negara Konvensional				✓
2	Produk Simpanan Pelajar iB sangat murah. Mulai dari awal pembukaan rekening, penyetoran, dan saldo minimum hanya Rp. 1000,00 tidak adanya biaya administrasi			✓	
3	Dapat digunakan sebagai sarana pembayaran sekolah				✓
4	Produk BTN Simpanan Pelajar iB sesuai dengan prinsip syariah			✓	
5	Pemasaran serta pelayanan dilakukan pada saat masa pandemi Covid-19 melalui media digital yang mempermudah proses pemasaran				✓
<b>Kelemahan</b>					
6	Pembukaan rekening hanya dapat dilakukan oleh lembaga yang telah melakukan PKS (Perjanjian Kerjasama), sehingga tidak dapat dilakukan oleh perorangan (individu)	✓			
7	Tidak terdapat produk SIMPEL iB pada aplikasi mobile banking Bank BTN	✓			
8	Pemasaran yang dilakukan belum maksimal	✓			
9	Perubahan jam layanan dan penutupan outlet	✓			
10	Banyak Sumber Daya Manusia (SDM) yang terpapar virus Covid-19 yang mengakibatkan pemasaran dan pelayanan kurang maksimal, sehingga banyak terjadi double job yang dikerjakan oleh karyawan Bank BTN Syariah yang tidak terpapar virus		✓		
<b>Peluang</b>					
11	Bermitra dengan berbagai lembaga pendidikan				✓

	atau sekolah yang terpercaya				✓
12	Dukungan Pemerintah dengan adanya fatwa dan Undang-undang Perbankan Syariah				✓
13	Meningkatkan perkembangan Bank Syariah di Indonesia				✓
14	Terjadi pelonggaran kebijakan dari Pemerintah khususnya di masa Pandemi Covid-19				✓
<b>Ancaman</b>					
15	Produk yang serupa dengan produk Bank Syariah lain			✓	
16	Banyaknya lembaga pendidikan atau sekolah yang melakukan aktivitas pendidikan menggunakan daring (online)			✓	
17	Anjuran Pemerintah untuk melakukan PSBB, PPKM, dan/ atau Lockdown bagi hampir seluruh industri (termasuk perbankan) di Indonesia				✓
18	Ancaman penyebaran virus Covid-19 yang terus meningkat			✓	

## Hasil Kuesioner Bagian Account Officer

### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **Strategi Pemasaran Produk BTN Simpanan Pelajar iB (SIMPEL) Dengan Pendekatan Matriks IFE dan EFE**

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang Strategi Pemasaran Produk BTN Simpanan Pelajar iB (SIMPEL) Dengan Pendekatan Matriks IFE dan EFE. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan Bapak/Ibu, saya memohon dengan hormat kesediaannya untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan banyak terimakasih.

#### **IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : Asep Qodar Jaetani  
Jabatan : Account officer  
Jenis Kelamin : Laki - Laki

#### **KETERANGAN PENGISIAN**

Dalam memberikan rating pada menggunakan skala rating 1, 2, 3, 4 untuk menunjukkan seberapa efektif faktor-faktor internal dan eksternal yang ada dalam perusahaan.

- 1 Tidak Berpengaruh
- 2 Kurang Kuat Pengaruhnya
- 3 Kuat Pengaruhnya
- 4 Sangat Kuat Pengaruhnya

NO	Pertanyaan	1	2	3	4
<b>Kekuatan</b>					
1	Adanya kantor layanan syariah di Bank Tabungan Negara Konvensional				✓
2	Produk Simpanan Pelajar iB sangat murah. Mulai dari awal pembukaan rekening, penyetoran, dan saldo minimum hanya Rp. 1000,00 tidak adanya biaya administrasi				✓
3	Dapat digunakan sebagai sarana pembayaran sekolah				✓
4	Produk BTN Simpanan Pelajar iB sesuai dengan prinsip syariah			✓	
5	Pemasaran serta pelayanan dilakukan pada saat masa pandemi Covid-19 melalui media digital yang mempermudah proses pemasaran				✓
<b>Keterbatasan</b>					
6	Pembukaan rekening hanya dapat dilakukan oleh lembaga yang telah melakukan PKS (Perjanjian Kerjasama), sehingga tidak dapat dilakukan oleh perorangan (individu)	✓			
7	Tidak terdapat produk SIMPEL iB pada aplikasi mobile banking Bank BTN	✓			
8	Pemasaran yang dilakukan belum maksimal	✓			
9	Perubahan jam layanan dan penutupan outlet	✓			
10	Banyak Sumber Daya Manusia (SDM) yang terpapar virus Covid-19 yang mengakibatkan pemasaran dan pelayanan kurang maksimal, sehingga banyak terjadi double job yang dikerjakan oleh karyawan Bank BTN Syariah yang tidak terpapar virus	✓			
<b>Peluang</b>					
11	Bermitra dengan berbagai lembaga pendidikan				

	atau sekolah yang terpercaya				✓
12	Dukungan Pemerintah dengan adanya fatwa dan Undang-undang Perbankan Syariah				✓
13	Meningkatkan perkembangan Bank Syariah di Indonesia				✓
14	Terjadi pelonggaran kebijakan dari Pemerintah khususnya di masa Pandemi Covid-19				✓
<b>Ancaman</b>					
15	Produk yang serupa dengan produk Bank Syariah lain				✓
16	Banyaknya lembaga pendidikan atau sekolah yang melakukan aktivitas pendidikan menggunakan daring (online)				✓
17	Anjuran Pemerintah untuk melakukan PSBB, PPKM, dan/ atau Lockdown bagi hampir seluruh industri (termasuk perbankan) di Indonesia				✓
18	Ancaman penyebaran virus Covid-19 yang terus meningkat				✓

## Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian

**BUMI** UNTUK INDONESIA

**Bank BTN**  
Sahabat Keluarga Indonesia

**SURAT KETERANGAN**

No. 2264 /BKS/SUPP/VIII/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini atas nama Bank BTN Kantor Cabang Syariah Bekasi, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: Ahmad Fayumi
NPM	: 41182933160021
NIRM	: 2914020216021
Prodi	: Perbankan Syariah
Kampus	: Universitas Islam "45"

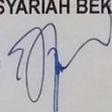
Yang Bersangkutan Benar Sedang Melaksanakan Penelitian Proposal & Skripsi di Bank BTN Kantor Cabang Syariah Bekasi.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 25 Agustus 2021 R

**PT. BANK TABUNGAN NEGARA (Persero), Tbk.**  
**KANTOR CABANG SYARIAH BEKASI**

  
Nanang Widyantoro  
Branch Manager

  
Aji Kustryanto  
DBM Supporting

PT Bank Tabungan Negara (persero) Tbk  
Kantor Cabang Syariah Bekasi  
Ruko Sentra Niaga Kalimalang Blok A IV No. 5 - 6 & Blok B No. 1  
Jl. Ahmad Yani Kayuringin, Bekasi 17144

T +62 21 889 3333, 889 56655  
E kcs.bekasi@btn.co.id  
www.btn.co.id

No. NPWP : 01.001.609.5-407.002

## Lampiran 8 Catatan Perbaikan Skripsi



### UNIVERSITAS ISLAM "45" FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jl. Cut Meutia No. 83 Bekasi 17113  
Telp. (021) 8820385, 8801027, 8802015, 8808851 Ext. 144 Fax. (021) 8801192

Nama : Ahmad Fayumi  
NPM : 41182933160021  
PTAIS : Universitas Islam "45" Bekasi  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk BTN Simpanan Pelajar IB (SIMPEL) Dengan Pendekatan Matriks EFE Dan IFE

#### CATATAN PERBAIKAN SKRIPSI

NO.	PENGUJI	YANG HARUS DIPERBAIKI
1	Dr. Yoyo Hambali, MA	Revisi: cara penulisan footnote & Daftar Pustaka - Analisis & penyusunan
2	Rafika Rahmawati, S.E.I., M.Si	1. Judul perlu tambah redaksi pandemi covid-19. 2. Abstrak belum digambarkan strateginya. 3. Lampirkan tisi-tisi kuesioner. 4. Rumusan Masalah direvisi.
3	Rizal Pahlevi, M.Si.	- formulasi strategi diperjelas - Analisis SWOT lebih tajam & jelas - alternatif formulasi diperjelas
4	Isfandayani, M.Si.	1. Judul + Pandemi Covid-19 2. Metlit → Mixed method 3. RM - 2. Gambaran Pemasaran b. Strategi c. ALTERNATIF FORMULASI/STRATEGI

Bekasi, 8 Juli 2022  
Sekretaris Sidang,

Rafika Rahmawati, S.E.I., M.Si

#### Penting !!!

Revisi Skripsi paling lambat 30 hari setelah sidang dilaksanakan sebagai syarat Lulus, apabila waktu yang telah ditentukan revisi belum selesai maka **wajib Sidang Ulang**

## Lampiran 9 Frekuensi Bimbingan



### UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jl. Cut Meutia No.83 Bekasi 17113  
Telp. (021) 8801027, 8802015, 8808851-52 Ext. 140-141. Fax. (021) 8801192

#### DEWAN BIMBINGAN SKRIPSI FAKULTAS AGAMA ISLAM

Nama Mahasiswa	: Ahmad Fayumi	Nomor Urut
Nomor Pokok	:	
Tingkat / Jurusan	: Perbankan Syariah Sarjana	
Pembimbing	:	
Judul	: Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Tabungan Negara Simpanan Pelajar IB (SIMPEL)	

#### FREKUENSI BIMBINGAN

Tanggal	Catatan Dosen Pembimbing	Paraf
3/09/21	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diskusi studi kasus &amp; produk yg dijadikan masalah penelitian</li> <li>- Baca penelitian sejenis &amp; memperbaiki pemahaman ttg penelitian</li> </ul>	<i>crayan</i>
17/09/2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- cek data penjualan (vianis) produk SIMPEL</li> <li>- ganti metode marketing mix (4P) ke 1P&amp;6EPE</li> <li>- perbanyak membaca jurnal &amp; tesis yg memiliki kesamaan topik / permasalahan penelitian</li> </ul>	<i>crayan</i>



UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jl. Cut Meutia No.83 Bekasi 17113  
Telp. (021) 8801027, 8802015, 8808851-52 Ext. 140-141. Fax. (021) 8801192

FREKUENSI BIMBINGAN		
Tanggal	Catatan Dosen Pembimbing	Paraf
15/10/2021	Review hasil Revisi latar belakang & metode Penelitian C IFE & EFE - Finalisasi & mendaftar Skripsi	
2/11/21	Pertanyaan wawancara terkait kekuatan, kelemahan, Peluang & ancaman dari PT BTN syariah	
27/11/21	Tambahkan metode SWOT di hasil matrix IFE & EFE	
14/12/21	Pembahasan pembuatan kuesioner & rating & Pembobotan ke dalam SWOT matrix dan Perumusan strategi alternatif	
7/1/22	GANTI JUDUL : "STRATEGI PEMASARAN PRODUK BTN SIMPANAN PERADAIL IB (SIMPEL) DENGAN PENDEKATAN MATRIX EFE DAN IFE"	
19/02/22	Pelajaran Analisis konsumen sesuai segmentasi & target market produk SIMPEL IB	



UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jl. Cut Meutia No.83 Bekasi 17113  
Telp. (021) 8801027, 8802015, 8808851-52 Ext. 140-141. Fax. (021) 8801192

FREKUENSI BIMBINGAN		
Tanggal	Catatan Dosen Pembimbing	Paraf
09/04/20	Vertejaan Pembahasan mengenai Analisis Faktor eksternal, cari dr berbagai sumber eksternal seperti news Google, detik, dll	<i>Cryan</i>
5/06/20	Fokus pada strategi SO, WO, ST yg diidentifikasi dr Faktor di dalam matriks IFE & EFE	<i>Cryan</i>
24/06/20	<u>OC, ACC Sidang Skripsi</u>	<i>Cryan</i>

Bekasi, .....20.....  
An. Dekan  
Ketua Program Studi PAI

Keterangan :

1. Minimal 10 Kali Pertemuan Dengan Dosen Pembimbing  
\* Baru Dapat Disidangkan