

Analisis Swot Sebagai Strategi Untuk Menghadapi Persaingan Industri Keuangan Di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu

Moh. Farokki¹, Elok Anisatul Hasanah², Vivi Vila Diva Verlitha³, Denari Dhahana Edtiyarsih⁴

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

Jember e-mail :

¹fakisetiawan77@gmail.com, ²elokanisatul@gmail.com, ³vilavivi441@gmail.com,

⁴denaridhahana@uinkhas.ac.id

Abstrak

Financial reward merupakan strategi utama dalam industri perbankan untuk menarik nasabah dan meningkatkan loyalitas. PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu menerapkan insentif seperti bunga kompetitif, bonus tabungan, cashback, dan program loyalitas guna meningkatkan daya saing serta memberikan nilai tambah bagi nasabah. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran tetapi juga mendorong transaksi, meningkatkan simpanan, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi efektivitas financial reward di PT BPR ADY Jember dan menentukan apakah program ini layak dikembangkan lebih lanjut atau perlu disesuaikan dengan strategi yang lebih efektif. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi implementasi financial reward, serta menyusun strategi optimal guna meningkatkan daya tarik dan loyalitas nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan partisipatif dan kolaboratif dalam kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu. Analisis dilakukan dengan mempertimbangkan aspek keunggulan, tantangan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh bank dalam menerapkan program reward. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT BPR ADY Jember memiliki keunggulan dalam reputasi baik, loyalitas nasabah deposito, serta program reward yang transparan. Namun, tantangan seperti keterbatasan jaringan ATM, kurangnya literasi keuangan, dan segmentasi pasar yang terbatas masih perlu diatasi. Digitalisasi layanan perbankan dan kerja sama dengan UMKM menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing. Strategi yang dapat diterapkan mencakup optimalisasi mekanisme reward, peningkatan literasi nasabah, inovasi berbasis digital, serta penguatan promosi melalui media sosial dan kerja sama komunitas.

Kata Kunci: SWOT, Industri Keuangan

PENDAHULUAN

Financial reward menjadi strategi penting dalam industri perbankan untuk menarik nasabah dan meningkatkan loyalitas. PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu menerapkan insentif seperti bunga kompetitif, bonus tabungan, cashback, dan program loyalitas (Syarief Dienan Yahya, 2023) untuk meningkatkan daya saing dan memberikan nilai tambah bagi nasabah. Selain sebagai strategi pemasaran, *financial reward* juga berperan dalam mendorong transaksi, meningkatkan simpanan, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah (Wisnu Panggah Setiyono dkk, 2021). Insentif ini mendorong masyarakat untuk lebih aktif menabung dan menggunakan layanan perbankan secara optimal, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dan stabilitas keuangan bank (Nurul Setianingrum dkk, 2024).

Sebagai salah satu dari banyak lembaga keuangan yang beroperasi di Jember, termasuk Ambulu, PT BPR ADY Jember menggunakan program *financial reward* sebagai keunggulan kompetitif untuk menarik lebih banyak nasabah. Insentif langsung yang diberikan tanpa sistem undian menjadikannya strategi pemasaran yang efektif dalam menghadapi persaingan dengan bank konvensional dan lembaga keuangan lain. Program ini mendorong nasabah untuk menempatkan deposito atau meningkatkan saldo tabungan mereka, sehingga memperkuat posisi BPR di pasar keuangan lokal. Untuk mengevaluasi efektivitas program ini, analisis SWOT dapat digunakan guna mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi implementasi *financial reward* (Abdul Rokhim dkk, 2022). Keunggulan BPR terletak pada fleksibilitas layanan, kedekatan dengan masyarakat, serta transparansi dalam sistem reward yang meningkatkan kepercayaan nasabah. Kemudahan akses melalui kantor cabang dan platform digital juga menjadi nilai tambah. Namun, tantangan tetap ada, seperti potensi beban operasional akibat pemberian reward berkelanjutan, kurangnya pemahaman nasabah terhadap manfaat program, serta keterbatasan akibat regulasi perbankan yang ketat. Oleh karena itu, BPR perlu menyesuaikan strategi agar tetap kompetitif dalam menawarkan *financial reward*.

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan, khususnya di segmen mikro dan menengah, memberikan peluang bagi BPR untuk memperluas jangkauan *financial reward*. Selain itu, perkembangan teknologi dan digitalisasi perbankan memungkinkan BPR mengoptimalkan sistem reward melalui aplikasi mobile banking, e-wallet, atau sistem poin yang lebih inovatif, sehingga meningkatkan daya tarik bagi nasabah. Persaingan ketat dengan bank konvensional

dan fintech menjadi salah satu tantangan utama (Arini Novandalina dan Gatot Wijayanto, 2024). Banyak lembaga keuangan lain yang menawarkan skema reward lebih menarik, seperti cashback instan atau suku bunga lebih kompetitif. Selain itu, perubahan regulasi yang lebih ketat terhadap insentif perbankan juga dapat mempengaruhi fleksibilitas BPR dalam mengelola program reward mereka. Melalui analisis SWOT ini, BPR dapat merancang strategi yang lebih tepat untuk mengoptimalkan *financial reward* sebagai alat peningkatan daya tarik dan loyalitas nasabah, serta menghadapi tantangan yang ada dalam industri perbankan.

Penerapan *financial reward* di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu memiliki peran strategis dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Namun, efektivitas program ini dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang perlu dianalisis lebih lanjut. Dengan menggunakan analisis SWOT, bank dapat mengidentifikasi keunggulan kompetitif serta tantangan yang dihadapi dalam implementasi *financial reward*. Selain itu, hambatan operasional, regulasi, dan pemahaman nasabah terhadap manfaat program ini menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah *financial reward* di BPR layak untuk dikembangkan lebih lanjut atau perlu disesuaikan dengan strategi perbankan yang lebih efektif. Solusi yang diusulkan akan difokuskan pada optimalisasi mekanisme reward, peningkatan literasi nasabah, serta inovasi berbasis digital guna meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan program. Dalam kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini, permasalahan utama yang dikaji meliputi penerapan analisis SWOT dalam mengidentifikasi jumlah dan profil nasabah deposito serta faktor kekuatan (*strengths*) PT BPR ADY Jember dalam menghadapi persaingan industri keuangan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk magang ini dilaksanakan di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu, sebuah lembaga keuangan konvensional yang berfokus pada pelayanan perbankan bagi masyarakat. Lokasi ini dipilih karena relevansinya dengan penelitian mengenai ketertarikan nasabah terhadap *Interest Banking* serta dampak insentif finansial (*financial reward*) dalam meningkatkan loyalitas dan penggunaan layanan digital. Magang berlangsung selama 30 hari, dari 2 Januari hingga 17 Februari 2025, dengan jam operasional Senin hingga Jumat pukul 07.30 – 15.00 WIB. Tujuan utama kegiatan ini adalah memahami pola perilaku nasabah dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi serta mengeksplorasi pengaruh insentif finansial terhadap keputusan mereka dalam menggunakan layanan perbankan digital..

Pendekatan dan Metode Pelaksanaan Pengabdian

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini menerapkan pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan melibatkan manajemen serta karyawan PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu. Kegiatan diawali dengan pengenalan strategi pemasaran dan observasi awal, diikuti oleh analisis sistem kerja dan kebijakan digitalisasi. Peserta magang kemudian mendalami operasional harian serta interaksi karyawan dengan nasabah. Selanjutnya, dilakukan sosialisasi dan edukasi kepada nasabah mengenai layanan perbankan, diikuti dengan implementasi *financial reward* dan analisis partisipasi nasabah. Program ini diakhiri dengan evaluasi dampak, penyusunan rekomendasi strategi pemasaran digital, serta laporan hasil pengabdian untuk keberlanjutan program.

Subjek Pengabdian

Program ini melibatkan karyawan, manajemen bank, serta nasabah PT. BPR ADY Jember Cabang Ambulu, yang dipilih berdasarkan peran mereka dalam operasional bank dan relevansi dengan penelitian terkait *Interest Banking* dan *financial reward*. Subjek utama meliputi pimpinan bank, yang bertanggung jawab atas kebijakan pemasaran dan strategi insentif finansial, serta staf karyawan, yang menyosialisasikan layanan digital dan mengidentifikasi kendala adopsinya. Nasabah berperan sebagai responden utama, memberikan wawasan mengenai ketertarikan mereka terhadap layanan digital dan efektivitas *financial reward*. Selain itu, mahasiswa dan dosen pelaksana turut serta dalam program ini, dengan mahasiswa bertindak sebagai fasilitator dan peneliti, sedangkan dosen memastikan validitas metodologi dan data. Melalui keterlibatan berbagai pihak ini, program diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai strategi optimal dalam meningkatkan loyalitas dan keterlibatan nasabah melalui *Interest Banking* dan *financial reward*..

Teknik Pengumpulan Data

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan berbagai metode pengumpulan data untuk memahami ketertarikan nasabah terhadap layanan *Interest Banking* dan insentif finansial di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu. Teknik yang digunakan meliputi:

1. Observasi : Observasi dilakukan dengan mengamati perilaku nasabah dalam menggunakan layanan digital serta respons mereka terhadap *financial reward*. Metode ini mencakup observasi partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam interaksi perbankan untuk memahami pola transaksi, serta observasi non-partisipatif yang memungkinkan pengumpulan data secara objektif. Hasil observasi dicatat secara sistematis dan didukung dokumentasi foto atau video untuk meningkatkan validitas data.

2. Wawancara : Wawancara dilakukan dengan manajemen bank dan nasabah untuk menggali pandangan mereka terkait efektivitas layanan berbasis Interest dan insentif finansial. Metode ini meliputi wawancara terstruktur dengan daftar pertanyaan tetap untuk menjaga fokus penelitian serta wawancara semi-terstruktur yang memberikan fleksibilitas bagi responden dalam menyampaikan opini lebih mendalam. Dokumentasi wawancara dilakukan melalui rekaman (dengan izin) dan transkripsi untuk analisis lebih lanjut.
3. Studi Literatur : Studi ini mengacu pada jurnal penelitian, laporan industri perbankan, serta teori terkait layanan keuangan digital dan insentif finansial. Kajian literatur ini menjadi landasan teoritis dalam memahami hubungan antara adopsi teknologi perbankan dan daya tarik *financial reward*.
4. Dokumentasi : Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan bukti administratif dan visual untuk mendukung validitas data. Bukti administratif mencakup data transaksi nasabah, laporan penggunaan layanan *Interest Banking*, serta kebijakan terkait *financial reward*. Sementara itu, bukti visual berupa foto kegiatan promosi, tampilan layanan digital, dan respons nasabah terhadap program reward.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam program pengabdian masyarakat ini digunakan untuk mengolah, menginterpretasikan, dan menarik kesimpulan dari data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan dua metode utama untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.

1. Analisis Deskriptif : Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi pola dan tren dalam ketertarikan nasabah terhadap *Interest Banking* dan *financial reward*. Data yang dianalisis mencakup tingkat partisipasi nasabah dalam layanan digital, kecenderungan mereka dalam memanfaatkan insentif finansial, serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan ringkasan temuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai perilaku nasabah.
2. Analisis Kualitatif : Analisis ini berfokus pada interpretasi hasil wawancara dan observasi untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah terhadap layanan perbankan digital. Menggunakan analisis tematik, data dikelompokkan berdasarkan tema utama yang muncul dari tanggapan responden. Proses ini bertujuan untuk menemukan pola makna dari pengalaman dan persepsi nasabah serta pihak manajemen bank.

Kedua metode ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan digital serta efektivitas insentif finansial dalam menarik dan mempertahankan nasabah di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Profil Nasabah Deposito di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu

Financial reward dalam layanan *Interest Banking* di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu diberikan melalui sistem peringkat berdasarkan jumlah dan durasi deposito nasabah, bukan melalui sistem undian. Semakin besar nominal deposito dan semakin lama periode penyimpanannya, semakin tinggi peluang nasabah mendapatkan reward. Sistem ini dirancang untuk memberikan keuntungan yang lebih adil dan transparan bagi nasabah yang aktif berinvestasi, mendorong loyalitas, serta meningkatkan penggunaan layanan *Interest Banking*. Selain itu, skema ini membantu menciptakan ekosistem perbankan yang lebih stabil dengan mendorong kebiasaan menabung dan investasi jangka panjang (Nur Hidayat dkk, 2024). Data mengenai profil nasabah dikumpulkan melalui survei dan wawancara terhadap 40 nasabah PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka terhadap layanan *Interest Banking* dan *financial reward*.

Mayoritas pengguna layanan deposito berasal dari kelompok usia produktif, dengan usia 26–35 tahun (35%) dan 36–45 tahun (25%) sebagai dominan, sementara kelompok di atas 55 tahun hanya 7.5%. Hal ini menunjukkan bahwa generasi yang lebih tua cenderung memiliki preferensi keuangan lain. Dari segi jenis kelamin, laki-laki (55%) sedikit lebih banyak dibandingkan perempuan (45%), menunjukkan minat yang relatif seimbang terhadap deposito. Berdasarkan pekerjaan, pegawai swasta (40%) dan wirausaha (25%) merupakan pengguna utama, sedangkan PNS (12.5%) dan pelajar/mahasiswa (10%) memiliki tingkat adopsi lebih rendah, kemungkinan karena keterbatasan pendapatan atau preferensi investasi berbeda. Loyalitas terhadap bank juga mempengaruhi penggunaan deposito, di mana 40% nasabah telah menjadi pelanggan selama 4–6 tahun, sedangkan nasabah baru kurang dari satu tahun hanya 10%, menandakan perlunya strategi pemasaran yang lebih agresif. Tingkat pendidikan berperan dalam keputusan penggunaan deposito, dengan lulusan Diploma/S1 (37.5%) lebih dominan dibandingkan mereka yang berpendidikan SMP ke bawah (10%). Semakin tinggi literasi keuangan, semakin besar kemungkinan seseorang memanfaatkan layanan perbankan digital. Sebagian besar nasabah menggunakan digital banking secara mingguan (35%) dan harian (25%), tetapi masih ada 20% yang jarang atau tidak pernah menggunakannya, menunjukkan perlunya edukasi dan insentif untuk meningkatkan adopsi layanan digital banking.

Karakteristik Nasabah Deposito PT BPR ADY Cabang Ambulu

Memahami karakteristik nasabah deposito sangat penting dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan layanan yang efektif. Faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan, lama menjadi nasabah, dan frekuensi penggunaan layanan digital banking berpengaruh terhadap preferensi serta keputusan dalam memilih produk deposito. Nasabah muda cenderung lebih terbuka terhadap inovasi digital dan fleksibilitas pencairan deposito, sementara nasabah yang lebih tua lebih mengutamakan keamanan dan stabilitas investasi. Selain itu, pekerja swasta dan wirausahawan memiliki kebutuhan finansial yang berbeda dibandingkan pegawai negeri atau mahasiswa, sehingga

strategi pemasaran harus disesuaikan dengan segmentasi yang tepat.

Tingkat pendidikan juga memengaruhi literasi keuangan dan penggunaan layanan digital. Nasabah dengan pendidikan lebih tinggi cenderung lebih memahami manfaat deposito dan lebih aktif memanfaatkan layanan perbankan digital (Nasir Tajul Aripin dkk, 2022). Oleh karena itu, pendekatan edukatif serta program loyalitas bagi nasabah lama dapat meningkatkan keterlibatan mereka dalam produk deposito.

Tabel 1. Karakteristik Nasabah Deposito dan Pengaruhnya terhadap Strategi Pemasaran

Karakteristik	Deskripsi	Pengaruh terhadap Strategi Pemasaran & Layanan Deposito
Usia	Mayoritas nasabah berusia 26–35 tahun (35%) dan 36–45 tahun (25%). Kelompok usia di atas 55 tahun hanya 7.5%.	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus pada promosi berbasis digital untuk menarik generasi produktif. - Menawarkan paket deposito dengan fleksibilitas pencairan untuk menarik nasabah muda. - Edukasi finansial bagi generasi lebih tua agar lebih familiar dengan layanan deposito digital.
Jenis Kelamin	Laki-laki (55%) sedikit lebih banyak dari perempuan (45%).	<ul style="list-style-type: none"> - Strategi pemasaran berbasis gender netral. - Kampanye pemasaran yang menyoroti manfaat deposito bagi perencanaan keuangan keluarga dan bisnis.
Pekerjaan	Pegawai swasta (40%) dan wirausaha (25%) mendominasi. PNS (12.5%) dan pelajar/mahasiswa (10%) lebih sedikit.	<ul style="list-style-type: none"> - Menawarkan deposito dengan fitur fleksibel untuk wirausahawan dan pekerja swasta. - Promosi khusus bagi pegawai negeri dengan jaminan bunga kompetitif. - Program edukasi bagi mahasiswa tentang investasi deposito jangka panjang.
Tingkat Pendidikan	Lulusan Diploma/S1 (37.5%) paling banyak menggunakan deposito. Sedangkan lulusan SMP ke bawah hanya 10%.	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan literasi keuangan melalui seminar dan webinar. - Penyampaian informasi deposito dengan bahasa yang lebih sederhana agar lebih mudah dipahami oleh semua kalangan.
Lama Menjadi Nasabah	40% nasabah telah menjadi pelanggan selama 4–6 tahun.	<ul style="list-style-type: none"> - Program loyalitas bagi nasabah lama, seperti suku bunga lebih kompetitif atau cashback. - Strategi retensi untuk menjaga kepuasan nasabah lama dan menarik nasabah baru.
Frekuensi Penggunaan Layanan Digital banking	35% menggunakan layanan <i>digital banking</i> mingguan, 25% harian, dan 20% jarang/tidak pernah menggunakannya.	<ul style="list-style-type: none"> - Pengembangan aplikasi yang lebih user-friendly untuk meningkatkan adopsi layanan digital. - Insentif bagi pengguna <i>digital banking</i>, seperti bunga lebih tinggi untuk deposito yang dibuka melalui aplikasi.

Tabel diatas memberikan gambaran bagaimana karakteristik nasabah deposito dapat menjadi dasar dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan layanan deposito agar lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan target pasar.

Penerapan Analisis SWOT di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu

Financial reward memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah terhadap PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu. Insentif seperti cashback, diskon biaya administrasi, dan bunga tabungan yang lebih kompetitif dapat meningkatkan kepuasan nasabah serta mencegah mereka berpindah ke bank lain. Dalam teori Customer Loyalty dan Behavioral Economics, insentif finansial terbukti efektif dalam mempertahankan pelanggan, terutama jika didukung oleh layanan berkualitas dan aksesibilitas digital yang baik.

Program *financial reward* di PT BPR ADY Jember diberikan kepada nasabah dengan jumlah deposito tertinggi dalam periode tertentu, berbeda dengan sistem undian yang bersifat acak. Survei terhadap 40 nasabah menunjukkan bahwa mayoritas tertarik pada *financial reward* dalam penggunaan layanan digital banking, meskipun sebagian kecil masih kurang tertarik. Dalam analisis SWOT, program ini memiliki kekuatan (*Strengths*) dalam meningkatkan loyalitas nasabah dan daya tarik layanan digital. Namun, kelemahannya (*Weaknesses*) adalah ketergantungan pada jumlah deposito, yang mungkin tidak menjangkau seluruh segmen nasabah. Dari sisi peluang (*Opportunities*), PT BPR ADY dapat memperluas bentuk reward, seperti potongan biaya administrasi dan bonus bunga tabungan, agar lebih menarik bagi nasabah baru. Sementara itu, ancaman (*Threats*) berasal dari kompetitor yang menawarkan sistem loyalitas lebih fleksibel, seperti cashback atau poin reward. Untuk meningkatkan daya saing, PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu dapat memperluas variasi reward serta memperkuat strategi pemasaran dan edukasi bagi nasabah agar lebih tertarik menggunakan layanan digital banking.

PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu menerapkan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi operasional perusahaan dalam industri keuangan. Dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan serta meningkatkan kepuasan nasabah.

1. Identifikasi Kekuatan (*Strengths*)

PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu memiliki beberapa kekuatan utama yang menjadi keunggulan kompetitifnya, diantaranya yaitu :

- a) Reputasi yang Baik: Bank ini dikenal sebagai lembaga keuangan terpercaya yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat dan memiliki hubungan erat dengan komunitas lokal.
- b) Loyalitas Nasabah: Tingginya jumlah deposito jangka panjang menunjukkan kepercayaan nasabah terhadap keamanan dan stabilitas keuangan bank.
- c) Sistem Reward yang Transparan: Bank ini menerapkan sistem *financial reward* yang lebih jelas dan langsung dirasakan manfaatnya oleh nasabah, seperti cashback, diskon biaya administrasi, dan suku bunga kompetitif.
- d) Perkembangan Digital Banking: PT BPR ADY Jember telah mengembangkan layanan digital banking untuk memudahkan transaksi bagi nasabah, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi.
- e) Pelayanan Personal: Keunggulan dalam layanan nasabah melalui komunikasi langsung dan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Wawancara dengan beberapa staf bank dan nasabah mengonfirmasi bahwa kekuatan-kekuatan ini menjadi faktor utama dalam menjaga daya saing bank di industri perbankan lokal.

2. Identifikasi Kelemahan (*Weaknesses*)

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, PT BPR ADY Jember juga menghadapi beberapa kelemahan:

- a) Keterbatasan Ekspansi Geografis: Jaringan cabang dan ATM yang terbatas membuat akses layanan lebih sulit bagi nasabah di daerah terpencil.
- b) Kurangnya Literasi Keuangan: Sebagian nasabah masih memiliki pemahaman terbatas tentang produk keuangan, terutama terkait manfaat deposito dan layanan perbankan digital.
- c) Penggunaan Digital Banking yang Belum Maksimal: Masih ada masyarakat yang enggan atau kurang familiar dengan teknologi digital banking, sehingga perlu edukasi lebih lanjut.
- d) Ketergantungan pada Segmen Tertentu: Mayoritas nasabah berasal dari kalangan pegawai swasta dan wirasaha, sementara segmen petani, buruh, atau pekerja informal belum terjangkau secara optimal.
- e) Keterbatasan dalam Jaringan ATM: Beberapa nasabah mengalami kendala saat ingin tarik tunai di luar jam operasional karena jaringan ATM BPR masih terbatas.

Dengan memahami kelemahan ini, PT BPR ADY Jember dapat mengembangkan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan layanan dan menjangkau lebih banyak nasabah.

3. Identifikasi Peluang (*Opportunities*)

PT BPR ADY Jember memiliki peluang besar dalam pengembangan layanan digital seiring meningkatnya penggunaan perbankan digital, khususnya di kalangan generasi muda dan produktif. Bank dapat memperluas jangkauan dengan bermitra dengan UMKM dan komunitas lokal, menawarkan pinjaman yang lebih mudah diakses. Selain itu, peningkatan literasi keuangan melalui sosialisasi dan insentif bagi nasabah yang mulai menggunakan layanan digital dapat meningkatkan pemahaman mereka terhadap produk seperti deposito. Kemudahan akses layanan digital, termasuk pengembangan aplikasi yang lebih ramah pengguna, menjadi peluang untuk menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan loyalitas mereka.

4. Identifikasi Ancaman (*Threats*)

PT BPR ADY Jember menghadapi persaingan ketat dari bank konvensional dan fintech, yang menawarkan fitur lebih lengkap dan proses lebih cepat. Perubahan preferensi nasabah juga menjadi tantangan, di mana mereka cenderung memilih layanan dengan bunga lebih tinggi, biaya administrasi lebih rendah, dan transaksi yang lebih praktis. Regulasi perbankan yang ketat memerlukan kepatuhan tinggi terhadap aturan OJK, terutama dalam keamanan transaksi digital. Selain itu, fluktuasi ekonomi dan daya beli nasabah dapat mempengaruhi minat terhadap produk keuangan BPR, terutama saat kondisi ekonomi tidak stabil. Jika tidak beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah, BPR berisiko kehilangan pangsa pasar.

Untuk menghadapi tantangan industri perbankan dan fintech, PT BPR ADY Jember dapat menerapkan strategi berikut:

1. Meningkatkan Digitalisasi Layanan dengan mengembangkan aplikasi mobile yang mempermudah transaksi dan menawarkan reward digital yang fleksibel (Sofiah dan Rizky Putri Ayu, 2024).
2. Menyesuaikan Produk dengan Kebutuhan Pasar melalui suku bunga kompetitif untuk deposito dan kerja sama dengan UMKM serta komunitas lokal.
3. Memastikan Kepatuhan terhadap Regulasi dengan meningkatkan transparansi layanan digital dan mengoptimalkan strategi keuangan agar memenuhi standar OJK.
4. Diversifikasi Sumber Dana dan Layanan dengan mengembangkan produk tabungan dan investasi yang menarik, serta memperluas cakupan pasar ke segmen PNS, mahasiswa, dan pekerja lepas.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa BPR memiliki peluang besar dalam digital banking dan program reward,

tetapi perlu mengatasi tantangan seperti kurangnya edukasi digital, ekspektasi reward yang lebih tinggi, dan persaingan ketat. Dengan strategi pemasaran yang agresif dan inovasi layanan, bank dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan memperluas pangsa pasar di industri keuangan lokal.

Faktor Kekuatan (*Strengths*) PT BPR ADY Jember Dalam Menghadapi Persaingan Industri Keuangan

Program *Financial reward* di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu dirancang untuk memberikan apresiasi kepada nasabah dengan jumlah deposito tertinggi. Dalam program ini, sebanyak 7 nasabah dengan saldo deposito terbesar dalam periode tertentu akan menerima hadiah sesuai dengan peringkat mereka. Skema ini memastikan bahwa nasabah dengan komitmen tinggi dalam menyimpan dana mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan yang lain. Semakin tinggi peringkat nasabah dalam daftar penerima *Financial reward*, semakin besar hadiah yang mereka terima, baik dalam bentuk emas maupun cashback. Dengan adanya sistem ini, BPR berharap dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menempatkan dana mereka dalam bentuk deposito, sekaligus memperkuat loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan yang ditawarkan. Hasil wawancara dengan Ibu, program *Financial reward* diberikan kepada 7 nasabah dengan jumlah deposito tertinggi dalam periode tertentu. Peringkat ditentukan berdasarkan besaran deposito yang dimiliki, dengan hadiah yang bervariasi sesuai dengan peringkatnya. Menurut Bapak Ali (Pimpinan BPR ADY Jember), program ini telah mendorong peningkatan jumlah nasabah yang beralih dari tabungan biasa ke deposito, sehingga turut meningkatkan total dana yang dikelola oleh bank. Berikut adalah tabel skema hadiah *Financial reward*:

Tabel 2. Pembagian Hadiah *Financial reward*

Peringkat	Jumlah Deposito (Estimasi)	Hadiah <i>Financial reward</i>
1 (Deposito Tertinggi)	> Rp 300 juta	Emas 2 gram atau Cashback Rp 3 juta
2	Rp 250 - 300 juta	Emas 1 gram atau Cashback Rp 2 juta
3	Rp 200 - 250 juta	Emas 0,5 gram atau Cashback Rp 1 juta
4	Rp 150 - 200 juta	Voucher belanja Rp 700 ribu
5	Rp 125 - 150 juta	Voucher belanja Rp 500 ribu
6	Rp 100 - 125 juta	Voucher belanja Rp 250 ribu
7	Rp 50 - 100 juta	Voucher belanja Rp 200 ribu

Program *Financial reward* di PT BPR ADY Jember bertujuan untuk memberikan apresiasi kepada tujuh nasabah dengan saldo deposito tertinggi dalam periode tertentu. Hadiah diberikan sesuai peringkat, dengan opsi emas atau cashback untuk peringkat teratas, serta voucher belanja bagi peringkat lainnya. Hadiah diberikan secara berkala dan dapat dibatalkan jika dana ditarik sebelum evaluasi berakhir.

Program *Financial reward* di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu dirancang untuk memberikan apresiasi kepada nasabah dengan jumlah deposito tertinggi. Dalam program ini, sebanyak tujuh nasabah dengan saldo deposito terbesar dalam periode tertentu akan menerima hadiah sesuai dengan peringkat mereka. Skema ini memastikan bahwa nasabah dengan komitmen tinggi dalam menyimpan dana mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan yang lain. Semakin tinggi peringkat nasabah dalam daftar penerima *Financial reward*, semakin besar hadiah yang mereka terima, baik dalam bentuk emas maupun cashback. Dengan adanya sistem ini, BPR berharap dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menempatkan dana mereka dalam bentuk deposito, sekaligus memperkuat loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan yang ditawarkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak bank, program *Financial reward* diberikan kepada tujuh nasabah dengan jumlah deposito tertinggi dalam periode tertentu. Peringkat ditentukan berdasarkan besaran deposito yang dimiliki, dengan hadiah yang bervariasi sesuai dengan peringkatnya. Menurut Bapak Ali, selaku Pimpinan BPR ADY Jember, program ini telah mendorong peningkatan jumlah nasabah yang beralih dari tabungan biasa ke deposito, sehingga turut meningkatkan total dana yang dikelola oleh bank. Keunggulan dari Program *Financial reward* adalah :

1. Meningkatkan Loyalitas Nasabah: Insentif seperti cashback dan hadiah menarik mendorong nasabah untuk mempertahankan dana mereka, mengurangi risiko perpindahan ke kompetitor.
2. Menambah Dana yang Dikelola : Program ini efektif menarik lebih banyak nasabah untuk menyimpan dana dalam bentuk deposito, meningkatkan stabilitas dan likuiditas bank.
3. Fokus pada UMKM dan Masyarakat Lokal : Dengan skema kredit fleksibel, BPR ini membantu UMKM mendapatkan pendanaan yang lebih mudah dibandingkan bank konvensional.
4. Strategi Diferensiasi dalam Persaingan : Program reward memberikan keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki oleh semua bank atau fintech.
5. Pelayanan Personal dan Fleksibel : Struktur organisasi yang sederhana memungkinkan layanan yang lebih cepat dan sesuai kebutuhan nasabah.
6. Mendorong Adopsi Digital Banking : Program ini juga menjadi strategi untuk meningkatkan penggunaan layanan digital oleh nasabah.

Strategi Peningkatan Promosi Dan Daya Saing Program *Financial reward*

Hasil analisis SWOT, salah satu kelemahan dari program *Financial reward* di PT BPR ADY Jember adalah minimnya promosi dan iklan, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan dan manfaatnya.

Untuk mengatasi hal ini, beberapa strategi dapat diterapkan agar program ini lebih dikenal dan diminati oleh nasabah.

1. PT BPR ADY Jember dapat memperluas jangkauan programnya dengan meningkatkan kampanye pemasaran melalui media digital dan offline. Media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan YouTube dapat dimanfaatkan untuk menyajikan konten menarik, termasuk infografis dan video penjelasan. Selain itu, iklan digital di platform lokal dan website keuangan dapat membantu memperkenalkan program ini kepada masyarakat yang lebih luas. Penyebaran testimoni dari nasabah yang telah mendapatkan Reward juga dapat meningkatkan kepercayaan calon nasabah. Selain itu, mengadakan event atau seminar keuangan, baik secara online maupun offline, akan membantu mengedukasi masyarakat mengenai manfaat deposito dan keuntungan dari program Reward.
2. Memperkuat kerjasama dengan komunitas dan UMKM menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan pemasaran. PT BPR ADY Jember dapat menawarkan program investasi khusus bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang mencari tempat investasi yang aman dan menguntungkan. Selain itu, kemitraan dengan koperasi atau organisasi lokal dapat membantu memperkenalkan program ini kepada lebih banyak calon nasabah. Membangun kepercayaan dengan komunitas bisnis melalui seminar atau pelatihan manajemen keuangan juga dapat meningkatkan pemahaman mereka terhadap investasi deposito, sehingga mendorong partisipasi yang lebih besar.
3. Optimalisasi layanan digital diperlukan agar lebih menarik bagi generasi muda dan pengguna layanan perbankan digital. PT BPR ADY Jember dapat mengembangkan fitur dalam aplikasi mobile banking, memungkinkan nasabah untuk dengan mudah melihat dan mengklaim Reward mereka. Selain itu, pengiriman notifikasi berkala tentang promosi terbaru atau peluang insentif dapat meningkatkan keterlibatan nasabah. Integrasi sistem Reward dengan layanan digital banking juga akan meningkatkan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi dan memantau keuntungan dari deposito mereka.
4. Persepsi nasabah terhadap nilai Reward juga perlu diperhatikan, karena beberapa nasabah merasa bahwa insentif yang diberikan masih kurang menarik dibandingkan program bank lain. Jika Reward dianggap kurang signifikan atau sulit diakses, antusiasme nasabah untuk berpartisipasi dapat berkurang. Oleh karena itu, PT BPR ADY Jember perlu menyesuaikan nilai hadiah agar lebih kompetitif dan menarik.

Dengan strategi promosi yang lebih efektif, kolaborasi dengan komunitas, dan peningkatan layanan digital, PT BPR ADY Jember dapat menjangkau lebih banyak nasabah dan meningkatkan daya saingnya di industri keuangan. Langkah-langkah ini juga akan membantu bank menghadapi persaingan dengan institusi perbankan konvensional dan fintech, sekaligus memperkuat posisinya sebagai BPR yang inovatif dan terpercaya di masyarakat. Jika *financial reward* tidak dapat diterapkan dalam jangka panjang karena biaya operasional yang tinggi atau efektivitasnya yang terbatas, PT. BPR ADY Jember Cabang Ambulu dapat mempertimbangkan strategi alternatif, seperti peningkatan layanan digital banking dan penerapan program loyalitas non-moneter.

1. Peningkatan Layanan Digital Banking

Fokus utama dalam strategi ini adalah meningkatkan pengalaman pengguna agar layanan digital banking lebih mudah, nyaman, dan andal. Salah satu langkah utamanya adalah Live Chat 24 Jam, yang memungkinkan nasabah memperoleh bantuan kapan saja melalui chatbot berbasis AI atau agen customer support langsung. Fitur ini meningkatkan aksesibilitas, kepuasan, dan loyalitas nasabah serta memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Selain itu, optimalisasi kecepatan dan stabilitas sistem juga penting untuk memastikan layanan tetap lancar. Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kapasitas server, melakukan pemantauan dan pemeliharaan berkala, serta memperkuat keamanan digital guna mencegah risiko peretasan atau kebocoran data. Dengan langkah-langkah ini, layanan digital banking akan semakin cepat, stabil, dan aman, sehingga mendorong lebih banyak pengguna untuk beralih ke layanan digital.

2. Program Loyalitas Non-Moneter

Untuk meningkatkan keterlibatan dan loyalitas nasabah tanpa mengandalkan *financial reward*, PT. BPR ADY Jember dapat menerapkan program poin loyalitas. Nasabah akan memperoleh poin setiap kali melakukan transaksi digital banking, yang kemudian dapat ditukarkan dengan berbagai keuntungan eksklusif, seperti akses ke layanan premium, diskon produk tertentu, atau fasilitas khusus lainnya. Program ini membantu meningkatkan keterlibatan nasabah sekaligus mengurangi beban finansial bank. Selain itu, program referral dapat diterapkan untuk mendorong pertumbuhan pengguna layanan digital banking. Nasabah yang berhasil mengajak pengguna baru dapat menerima manfaat seperti peningkatan limit transaksi, bebas biaya administrasi, atau akses ke fitur premium. Strategi ini memperkuat word-of-mouth marketing dan mendorong pertumbuhan pengguna secara organik.

Dengan menerapkan strategi ini, PT. BPR ADY Jember dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah secara berkelanjutan tanpa beban finansial yang besar. Selain itu, bank dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah serta meningkatkan daya saing dalam industri perbankan mikro.

KESIMPULAN

PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu memiliki keunggulan dalam reputasi baik, loyalitas nasabah deposito, serta program Reward yang transparan. Namun, terdapat tantangan seperti keterbatasan jaringan ATM, kurangnya literasi keuangan di beberapa segmen nasabah, dan segmentasi pasar yang masih terbatas. Peluang dalam digitalisasi perbankan dan kerja sama dengan UMKM dapat dimanfaatkan, sementara ancaman utama berasal dari persaingan dengan bank

konvensional dan adopsi layanan digital yang masih bervariasi. Strategi utama yang diterapkan mencakup Program *Financial reward* yang menawarkan insentif menarik, seperti emas dan cashback, untuk meningkatkan jumlah dana deposito. Hubungan erat dengan nasabah lokal menjadi keunggulan tersendiri, memungkinkan pelayanan lebih personal dibandingkan bank konvensional. Selain itu, produk keuangan kompetitif dan fokus pada UMKM memberikan nilai tambah dalam persaingan. Digitalisasi layanan perbankan juga mulai diterapkan, meskipun masih menghadapi tantangan dalam edukasi dan adaptasi teknologi. Peningkatan promosi dan daya saing Program *Financial reward* dapat dilakukan melalui kampanye pemasaran, kerja sama dengan komunitas dan UMKM, serta optimalisasi layanan digital. Media sosial, iklan digital, dan testimoni nasabah dapat meningkatkan kesadaran masyarakat. Pengembangan aplikasi mobile yang interaktif dan layanan live chat 24 jam juga dapat meningkatkan pengalaman pengguna. Jika efektivitas program Reward menurun, alternatif lain seperti program loyalitas berbasis poin atau referral dapat diterapkan. Dengan strategi yang tepat, PT BPR ADY Jember dapat memperkuat daya saingnya di sektor perbankan mikro dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian berjudul "Analisis SWOT Sebagai Strategi untuk Menghadapi Persaingan Industri Keuangan di PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu" dapat diselesaikan dengan baik. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Manajemen PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu, yang telah memberikan izin, dukungan, dan fasilitas dalam pelaksanaan penelitian ini.
2. Seluruh karyawan PT BPR ADY Jember Cabang Ambulu, yang telah berpartisipasi dan berbagi wawasan mengenai strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan di industri keuangan.
3. Dosen pembimbing dan tenaga akademik, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga dalam penyusunan penelitian ini.
4. Rekan-rekan peneliti dan mahasiswa yang turut serta dalam proses analisis, serta berbagi ide dan wawasan guna memperkaya pembahasan dalam penelitian ini.
5. Keluarga dan sahabat, yang senantiasa memberikan dukungan moral, motivasi, dan doa dalam setiap tahapan penelitian ini.

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi PT BPR ADY Jember serta menjadi referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya di bidang strategi bisnis dan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arini Novandalina, Gatot Wijayanto. (2024). *Membangun Keuangan Berbasis Fintech: Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Feniks Muda Sejahtera2024.
- Iga Ilya Dewi, Nindita Muhafillah, Fina Karmila Mafir, Nur Hidayat. (2024). Strategi Pick Up Service BMT NU Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Dan Motivasi Menabung Masyarakat Kecamatan Wringin Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(3), 331–334.
- Nafa Latif Vani Purwanto, Nabila Nur Aisyah, Dita Salsabila, Nurul Setianingrum. (2024). Transformasi Digital Sebagai Inovasi Layanan Prima BSI Kepada Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 615–617. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/820>
- Nasir Tajul Aripin, Nur Fatwa, Mulawarman Hannase. (2022). Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 29–45. [https://doi.org/10.25299/syariat.2022.vol5\(1\).9362](https://doi.org/10.25299/syariat.2022.vol5(1).9362)
- Siti Nur Azizatul Luthfyah, Nurul Widyawati Islami Rahayu, Abdul Rokhim. (2022). Analisis Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kampung Sustainable Development Goals (SDGS) Dalam Peningkatan Kesejahteraan. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 267–285. <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/arribhu/article/view/938>
- Sofiah, Rizky Putri Ayu. (2024). Implementasi Digital Saving Dalam Memperbaiki Mutu Layanan Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Jember. *Jurnal Lan Tabur*, 4(1), 78–98.
- Syarief Dienan Yahya. (2023). *Financial Technology For Entrepreneur*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wisnu Panggah Setiyono, Sriyono, Detak Prapanca. (2021). *Buku Ajar Financial Technology*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6292-68-6>