

Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Kredit PNS Silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya

Cindy Marina

Perbankan Syariah, Universitas Ma'soem, Indonesia
Cindymarina2019@gmail.com

Received : Nov' 2023 Revised : Nov' 2023 Accepted : Dec' 2023 Published : Dec' 2023

ABSTRACT

Based on the results of observations and interviews, that the background of this research is very tight competition with other banks that have similar products. So that it causes customers to take over credit. This study aims to determine the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis in the marketing strategy of silantap certification civil servant credit products at PT BPR Kerta Raharja Majalaya Sub-Branch Office. The type of research used is descriptive qualitative, with PNS silantap Certification credit as the object of research. Primary data collection techniques through observation, interviews, literature study, and documentation. The results showed that there are 5 things that become strengths in the marketing strategy of PNS silantap certification credit products, there are 5 things that become weaknesses in the marketing strategy of certification silantap civil servant credit products, there are 3 things that become opportunities in the marketing strategy of silantap certification civil servant credit products, and there are 4 things that become threats in the marketing strategy of certification silantap civil servant credit products.

Keywords : *Opportunities; Strategy Marketing; Strengths; Threats; Weaknesses.*

ABSTRAK

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, bahwa yang melatarbelakangi penelitian ini adalah persaingan yang sangat ketat dengan bank lain yang memiliki produk sejenis, sehingga menyebabkan nasabah melakukan *take over* kredit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dalam strategi pemasaran produk kredit PNS silantap sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja Kantor Cabang Pembantu Majalaya. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif, dengan kredit PNS silantap sertifikasi sebagai objek penelitiannya. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 hal yang menjadi *strengths* dalam strategi pemasaran produk kredit PNS silantap sertifikasi, terdapat 5 hal yang menjadi *weaknesses* dalam strategi pemasaran produk kredit PNS silantap sertifikasi, terdapat 3 hal yang menjadi *opportunities* dalam strategi pemasaran produk kredit PNS silantap sertifikasi, terdapat 4 hal yang menjadi *threats* dalam strategi pemasaran produk kredit PNS silantap sertifikasi.

Kata Kunci : *Opportunities; Strategi Pemasaran; Strengths; Threats; Weaknesses.*

PENDAHULUAN

Kondisi perbankan Indonesia dewasa ini semakin berkembang dan menunjukkan tingkat persaingan yang dapat kita lihat berdirinya bank-bank swasta, baik lokal maupun penanaman modal asing. Semua itu tidak terlepas dari

berbagai keberhasilan pembangunan dan perekonomian [1]. Suatu perusahaan dapat unggul dari pesaingnya apabila bank tersebut memiliki kelebihan dibandingkan pesaingnya [2].

Persaingan dalam usaha khususnya perbankan semakin ketat. Untuk bisa memenangkan kompetisi diperlukan strategi guna mempertahankan dan menambah pengguna produk usaha. Salah satu strategi untuk mengikat konsumen adalah dengan menerapkan bauran pemasaran yang terencana dan berkesinambungan [3]. Dengan adanya persaingan yang semakin meningkat, menuntut suatu perusahaan untuk merancang strategi pemasaran guna menunjang kemajuan suatu usaha bisnis. Maju mundurnya suatu kegiatan bisnis akan sangat ditentukan oleh keberhasilan kegiatan pemasaran bisnis tersebut. Perusahaan harus secara jelas menetapkan kearah mana aktivitas usaha yang dijalankan pihak-pihak mana yang menjadi sasaran produk yang ditawarkan [4].

Pada faktor internal dalam analisis SWOT adalah meliputi kekuatan dan kelemahan BPR dalam melakukan pemasaran produk kredit. Sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi BPR, seperti munculnya pesaing dengan kekuatan manajemen yang lebih baik, dengan mengeluarkan produk yang menarik dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dari nasabah [5]. Pemasaran yang terdapat di perbankan seharusnya mempunyai target sasaran yang harus bisa di gapai nilainya baik dalam hal pelayanan prima, produk-produk yang disesuaikan kebutuhan masyarakat, maka dengan itu bank dapat mempromosikan produk atau jasa apa yang terdapat di dalam bank tersebut atau perusahaan tersebut sehingga masyarakat mengenali kemanfaatan produk/jasa tersebut [6].

Fungsi dari analisis SWOT dalam strategi pemasaran adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan strategi pemasaran pada produk kredit yang dimiliki oleh BPR yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal pada BPR. Hal ini juga dilakukan dalam menganalisa mengenai peluang dan ancaman yang di hadapi BPR yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal seperti BPR lain yang mengeluarkan produk sejenis yang lebih menarik dan memenuhi keinginan masyarakat [7]. Berikut adalah tabel jumlah nasabah kredit PNS Silantap Sertifikasi di PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya Tahun 2018-2022.

Tabel 1. Nasabah Kredit PNS Silantap Sertifikasi PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
2018	70	-
2019	62	-11,4
2020	68	9,7
2021	55	-19,1
2022	49	-10,9

Sumber: PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya 2023

Berdasarkan tabel 1, pada tahun 2018-2019 jumlah nasabah Kredit PNS

Silantap Sertifikasi mengalami penurunan sebesar 11,4%, pada tahun 2019-2020 mengalami peningkatan jumlah nasabah sebesar 9,7%, pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan yang cukup besar yaitu sebesar 19,1% dan pada tahun 2021-2022 mengalami penurunan kembali sebesar 10,9%.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Muhamad Sandi selaku Kepala Pemasaran Kredit dan Umum diduga penyebab turunnya jumlah nasabah kredit PNS Silantap Sertifikasi adalah persaingan yang sangat ketat dengan bank lain yang mempunyai produk sejenis, khususnya dengan Bank BJB sebagai tempat penyaluran gaji para PNS. Sehingga mudah bagi bank BJB untuk mendapatkan nasabah kredit PNS. Serta di dua tahun terakhir yaitu 2021-2022 banyak nasabah yang melakukan *take over* kredit PNS ke bank BJB karena tawaran bank BJB yang lebih menguntungkan nasabah. Dimana bank BJB dapat memberikan pinjaman yang lebih besar dengan menyatukan dua program menjadi satu yaitu nilai pinjaman berdasarkan gaji ditambah pensiun. Sedangkan PT BPR Kerta Raharja nilai pinjamannya hanya berdasarkan gaji. Oleh karena itu, diperlukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan peluang dalam memasarkan produk kredit PNS silantap Sertifikasi sehingga bisa meningkatkan jumlah nasabah di tahun berikutnya [7].

METODE

Objek pada penelitian ini yaitu produk kredit PNS Silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja Kantor Cabang Pembantu Majalaya. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrument kunci [8]. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata, realistic, aktual dan nyata [9].

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer yang di dapatkan melalui wawancara kepada pihak internal PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya yaitu Bapak Muhammad Sandi selaku Kepala Pemasaran Kredit dan Umum, pihak eksternal yaitu nasabah kredit PNS silantap sertifikasi, dan pihak ahli yaitu Bapak Haekal Pirous. Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model teknik analisis data interaksi Miles & Huberman [10].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara melakukan wawancara kepada pihak internal PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya, pihak eksternal yaitu nasabah kredit PNS silantap Sertifikasi, dan ahli.

Analisis *Strengths* dalam Strategi Pemasaran Produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya

Setiap perusahaan pasti memiliki kekuatan dalam memasarkan produknya, begitupun dengan PT BPR Kerta Raharja sebagai salah satu perusahaan perbankan yang memiliki kekuatan dalam strategi pemasaran produk khususnya produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi yang berasal dari faktor internal yang dapat dikontrol dan dikendalikan. Kekuatan strategi pemasaran produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi antara lain:

1. Tidak ada biaya administrasi

Biaya administrasi merupakan biaya yang dibebankan kepada nasabah sesuai dengan jumlah yang sudah ditentukan oleh perusahaan. PT BPR Kerta Raharja membebaskan semua biaya-biaya administrasi yang berhubungan dengan produk kredit khususnya produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi untuk menarik minat nasabah.

2. Memiliki kualitas pelayanan yang baik

Pelayanan yang baik kepada nasabah yang diterapkan PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya merupakan salah satu strategi untuk menumbuhkan loyalitas nasabahnya.

3. Strategi jemput bola (*Personal selling*) yang baik

Salah satu strategi pemasaran produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi yang digunakan oleh PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya adalah strategi jemput bola (*Personal selling*) yang mana pihak marketing kredit mendatangi langsung nasabah ke Lembaga Pendidikan tempat para PNS bekerja. Strategi pemasaran ini bertujuan untuk memudahkan para nasabah dalam proses pengajuan kredit yang mana tidak mengharuskan nasabah datang langsung ke PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya.

4. Proses pencairan dana yang cepat

Proses pencairan dana yang cepat menjadi salah satu keunggulan produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi, dimana pencairan dana tersebut maksimal 7 (tujuh) hari kerja setelah berkas persyaratan lengkap.

5. Promosi yang mengikuti perkembangan zaman

Promosi merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan karena tanpa adanya promosi maka jangan harap para konsumen/nasabah mengenal apa yang ada di perusahaan. Maka dengan itu, PT BPR Kerta Raharja mempromosikan dengan profesional produknya baik secara langsung maupun tidak langsung menggunakan berbagai macam media sosial seperti facebook, instagram, tiktok.

Analisis *Weaknesses* dalam Strategi Pemasaran Produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya

Selain memiliki kekuatan, strategi pemasaran produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi juga memiliki kelemahan. Kelemahan strategi pemasaran Kredit PNS Silantap Sertifikasi antara lain:

1. SDM yang masih kurang dibagian pemasaran kredit
Salah satu kelemahan strategi pemasaran produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi adalah kurangnya sumber daya manusia atau pegawai khususnya dibagian pemasaran kredit.
2. Nilai maksimal pinjaman yang lebih rendah dari bank pesaing
Nilai pinjaman produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi lebih rendah dibandingkan dengan Bank pesaing lain. Hal ini dikarenakan nilai pinjaman produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi hanya berdasarkan nilai gaji saja. Sedangkan Bank pesaing lain nilai pinjamannya berdasarkan gaji ditambah pensiun.
3. Persyaratan kredit yang cukup banyak
Salah satu kekurangan atau kelemahan dari produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi adalah persyaratan pengajuan kredit yang cukup banyak. Sehingga tidak sedikit nasabah yang mengeluh karena hal ini.
4. Lokasi bank yang kurang strategis
Lokasi PT BPR Kerta Raharja KCP majalaya kurang strategis karena berada dibelakang jalan raya utama dan terhimpit oleh bangunan tinggi. Sehingga orang yang baru pertama kali berkunjung ke PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya akan kesulitan menemukan lokasinya.
5. *Customer Value Proposition* (CVP) yang kurang sesuai dengan keinginan nasabah.
Penawaran yang diberikan PT BPR Kerta Raharja kurang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Sehingga banyak nasabah yang melakukan *take over* kredit PNS Silantap Sertifikasi karena penawaran lebih baik dari bank lain.

Analisis *Opportunities* dalam Strategi Pemasaran Produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya

Setiap produk memiliki peluang pemasarannya masing-masing, peluang ini ada agar produk tersebut dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat luas, sehingga kedepannya mampu bersaing dengan bank lain. Peluang strategi pemasaran produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi antara lain:

1. Banyak melakukan kerja sama dengan Lembaga Pendidikan
PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya banyak melakukan kerja sama dengan Lembaga Pendidikan seperti SD, SMP, maupun SMA. Dimana Kredit PNS Silantap sertifikasi merupakan kredit yang dikhususkan untuk para PNS yang sudah mempunyai sertifikasi mengajar di Lembaga Pendidikan maka hal ini sebagai peluang untuk mendapatkan nasabah.
2. Rutin melakukan kunjungan dan promosi secara langsung
Selain melakukan kerja sama dengan Lembaga Pendidikan, pegawai PT BPR Kerta Raharja khususnya di bagian pemasaran juga rutin melakukan kunjungan ke Lembaga Pendidikan seperti SD, SMP, maupun SMA sekaligus mempromosikan produk khususnya produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi.

3. Kebutuhan akan kredit yang semakin tinggi
Perubahan pola hidup masyarakat kearah lebih modern saat ini, akan mendorong kebutuhan hidup yang lebih besar dan kebutuhan akan kredit semakin tinggi. Hal ini menjadi peluang PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya dalam memasarkan produk kredit khususnya Kredit PNS Silantap Sertifikasi.

Analisis *Threats* dalam Strategi Pemasaran Produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya

Ancaman merupakan kondisi yang berasal dari luar atau eksternal yang dapat menyebabkan produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi berada disituasi yang sulit. Adapun ancaman strategi pemasaran produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi antara lain:

1. Bank pesaing mengeluarkan produk yang sama
Banyaknya bank pesaing yang mengeluarkan produk yang sama khususnya produk kredit PNS menjadi salah satu ancaman dalam memasarkan produk PT BPR Kerta Raharja khususnya produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi. Karena bisa saja orang lebih tertarik dengan produk di bank lain apalagi dengan penawaran yang lebih baik.
2. Bank pesaing gencar yang terus mengembangkan produk kredit
Perkembangan produk kredit PNS di bank lain dengan penawaran yang lebih baik merupakan salah satu ancaman yang saat ini di hadapi oleh PT BPR Kerta Raharja. Seperti Bank BJB saat ini mengembangkan produk kredit PNS dengan penawaran dua program menjadi satu yaitu nilai pinjaman berdasarkan gaji ditambah pensiun. Sedangkan PT BPR Kerta Raharja khususnya produk Kredit PNS Silantap Sertifikasi hanya menawarkan satu program saja yakni nilai pinjaman berdasarkan gaji.
3. Banyak Bank umum di sekitar PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya
Banyaknya bank umum disekitar PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya menjadi ancaman dalam memasarkan produknya. Sehingga saat ini terjadi persaingan yang sangat ketat antara PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya dengan bank pesaing lainnya.
4. Strategi pemasaran yang hampir sama dengan bank lain
Bank pesaing juga banyak memakai strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*.

Berikut adalah matriks SWOT strategi pemasaran produk kredit PNS Silantap Sertifikasi.

Tabel 2. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Kredit PNS Silantap Sertifikasi

Faktor- Faktor Internal Faktor- Faktor Eksternal	Strengths (S) a. Tidak ada biaya administrasi b. Memiliki kualitas pelayanan yang baik c. Strategi jemput bola (<i>Personal Selling</i>) yang baik d. Proses pencairan dana cepat e. Promosi yang mengikuti perkembangan zaman	Weaknesses (W) a. SDM yang masih kurang dibagian pemasaran kredit b. Nilai maksimal pinjaman yang lebih rendah dari bank pesaing c. Persyaratan kredit yang cukup banyak d. Lokasi bank yang kurang strategis e. <i>Customer Value Proposition (CVP)</i> yang kurang sesuai dengan keinginan nasabah
Opportunities (O) a. Banyak melakukan kerja sama dengan Lembaga Pendidikan b. Rutin melakukan kunjungan dan promosi secara langsung c. Kebutuhan akan kredit yang semakin tinggi	Strengths Opportunities (SO) a. Mengoptimalkan kualitas pelayanan dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah b. Meningkatkan pemasaran produk melalui media sosial dan elektronik c. Menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan lembaga	Weaknesses Opportunities (WO) a. Menambah karyawan khususnya dibagian pemasaran produk kredit b. Meminimalkan persyaratan kredit untuk mempermudah nasabah melakukan pengajuan pinjaman Melakukan survey kepada
Opportunities (O)	Strengths Opportunities (SO)	Weaknesses Opportunities (WO)
	Pendidikan	nasabah untuk mengetahui <i>Customer Value Proposition (CVP)</i> yang sesuai dengan keinginan dan dan kebutuhan nasabah
Threats (T) a. Bank pesaing mengeluarkan produk yang sama b. Bank pesaing gencar yang terus mengembangkan produk kredit c. Banyak bank umum di sekitar PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya d. Strategi pemasaran yang hampir sama dengan bank lain	Strengths Threats (ST) a. Mengoptimalkan strategi pemasaran jemput bola (<i>personal selling</i>) b. Mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar	Weaknesses Threats (WT) a. Meningkatkan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> atau hubungan baik dengan konsumen b. Meningkatkan loyalitas nasabah

PENUTUP

Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa analisis *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* dalam strategi pemasaran kredit PNS silantap sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya sebagai berikut:

1. Terdapat lima hal yang menjadi kekuatan (*strengths*) dalam strategi pemasaran kredit PNS silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya yaitu tidak ada biaya administrasi, memiliki kualitas pelayanan yang baik, strategi jemput bola (*personal selling*) yang baik, proses pencairan dana cepat, dan promosi yang mengikuti perkembangan zaman.
2. Terdapat lima hal yang menjadi kelemahan (*weaknesses*) dalam strategi pemasaran kredit PNS silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya yaitu SDM yang masih kurang dibagian pemasaran kredit, nilai maksimal pinjaman yang lebih rendah dari bank pesaing, persyaratan kredit yang cukup banyak, lokasi bank yang kurang strategis, dan *Customer Value Proposition* (CVP) yang kurang sesuai dengan keinginan nasabah.
3. Terdapat tiga hal yang menjadi peluang (*opportunities*) dalam strategi pemasaran kredit PNS silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya yaitu banyak melakukan kerja sama dengan Lembaga Pendidikan, rutin melakukan kunjungan dan promosi secara langsung, dan kebutuhan akan kredit yang semakin tinggi.
4. Terdapat empat hal yang menjadi ancaman (*strengths*) dalam strategi pemasaran kredit PNS silantap Sertifikasi pada PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya yaitu bank pesaing mengeluarkan produk yang sama, bank pesaing gencar yang terus mengembangkan produk kredit, banyak bank umum disekitar PT BPR Kerta Raharja KCP Majalaya, dan strategi pemasaran yang hampir sama dengan bank lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Arifani and Nur'aeni, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Griya BSM Di Bank Mandiri Syariah KCP Rancaekek," *MAPS*, vol. Vol. 1 No., p. 94, 2017, [Online]. Available: <https://jurnal.masoemuniversity.ac.id/index.php/maps/article/view/189>
- [2] F. Rakhman and E. E. Siti Solihat, "Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, Positioning terhadap Persepsi Depositor di Bank bjb Kantor Cabang Majalaya," *J. Maps (Manajemen Perbank. Syariah)*, vol. 5, no. 2, pp. 56–62, 2022, doi: 10.32627/maps.v5i2.441.
- [3] I. Rapida and N. N. Lusyyani, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Mengambil Produk Deposito Di Bri Syariah Kcp Tanjungsari," *J. MAPS (Manajemen dan Perbank. Syariah)*, vol. 1, no. 2, pp. 1–11, 2018, doi: 10.32483/maps.v1i2.5.

- [4] E. N. Ruriawati, E. Sahlan, A. Khairudin, and A. I. Wazdi, "Penerapan Strategi Pemasaran pada Toko Laris dalam Meningkatkan Volume Penjualan," *J. Maps (Manajemen Perbank. Syariah)*, vol. 5, no. 2, pp. 85-95, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.masoemuniversity.ac.id/index.php/maps/article/view/442>
- [5] V. Islami, Rani, and Syahrir, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Kompetitif Pada BPR Rama Ganda," *J. Bus. Econ. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 382-387, 2022, doi: 10.47065/jbe.v3i3.2190.
- [6] M. Sitompul, "Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Haji Makbul Pada PT. Bank Sumut Cabang Padangsidempuan ," *Skripsi*, pp. 1-1, 2021.
- [7] R. H. Daulay, "Analisis SWOT Strategi Marketing Produk Pembiayaan Pada PT. BPRS Gebu Prima," *J. Ilm. Mhs. Pendidik. Agama Islam [JIMPAI]*, vol. 1, no. 4, pp. 1-12, 2021, [Online]. Available: <http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimpai/article/view/866>
- [8] E. Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media, 2015.
- [9] A. Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [10] N. Aidina, "Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada Bank," 2022.