

## **Analisis SWOT dengan Model *Importance Performance Analysis* (IPA) Pada Layanan Fintech Bank Syariah di Indonesia**

**Maziyah Mazza Basya**  
UIN Sunan Ampel Surabaya  
Email: [maziyah.mazza@uinsby.ac.id](mailto:maziyah.mazza@uinsby.ac.id)

**Betty Silfia Ayu Utami**  
UIN Sunan Ampel Surabaya  
Email: [betty.silfia@uinsby.ac.id](mailto:betty.silfia@uinsby.ac.id)

**Abstract:** Fintech has great potential to encourage the development of Islamic economics and finance in Indonesia, especially now that fintech-based services have been widely applied in the Islamic finance industry in various countries. Fintech can be applied to Islamic banking to encourage the development of the Islamic financial industry by providing more efficiency and fast service to customers, however the existing fintech services have not fully met the expectations of its customers. Basically, SWOT analysis is used as a tool to formulate strategic planning based on the top managerial brainstorming process. Nowadays, some experts criticize the subjectivity of SWOT analysis for being too high, so this research uses the Importance Performance Analysis (IPA) method to determine the perceptions of fintech financing customers in Islamic banks in Indonesia so that it can be taken into consideration in managerial decision making for the development of Islamic bank fintech financing. in Indonesia.

**Key Words:** Fintech; Islamic Bank; SWOT analysis; Importance Performance Analysis

**Abstrak:** Fintech sangat potensial untuk mendorong perkembangan ekonomi dan keuangan Syariah di Indonesia, terlebih saat ini layanan berbasis fintech telah banyak diterapkan dalam industri keuangan Syariah di berbagai Negara. Fintech dapat diaplikasikan pada perbankan Syariah untuk mendorong pengembangan industri keuangan Syariah dengan lebih memberikan efisiensi dan pelayanan jasa dalam waktu cepat kepada para nasabah, namun layanan fintech yang ada belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabahnya. Analisis SWOT pada dasarnya digunakan sebagai alat untuk merumuskan perencanaan strategis berdasarkan proses *brainstorming* top manajerial. Dewasa ini, beberapa ahli mengkritisi subjektivitas analisis SWOT yang terlalu tinggi, sehingga penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui persepsi nasabah pembiayaan fintech pada bank Syariah di Indonesia sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi manajerial untuk pengembangan pembiayaan fintech bank Syariah di Indonesia.

**Kata Kunci:** Fintech; Bank Syariah; Analisis SWOT; Importance Performance Analysis

## PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 menyebabkan seluruh pelaku usaha di berbagai bidang harus menyesuaikan diri dengan memanfaatkan segala teknologi yang ada, salah satunya yaitu teknologi internet. Intrusi pemanfaatan teknologi internet di Indonesia sangat besar, jumlahnya melebihi gabungan populasi Negara-negara yang tergabung di *Association of Southeast Asian Nations (ASEAN)*. Tingginya pemanfaatan teknologi internet ini merupakan akibat dari perubahan perilaku masyarakat dalam tiap sektor kehidupan. Interaksi sosial, baik searah maupun dua arah, kini lebih banyak menggunakan media sosial *online* seperti *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *Telegram* dan lain sebagainya. Akses ke transportasi publik juga banyak menggunakan media *online* melalui berbagai aplikasi seperti Gojek, Nujek dan Grab. Demikian halnya dengan kegiatan ekonomi yang hampir seluruhnya telah bermutasi menggunakan media *online*, terlebih di era pandemi saat ini. Kegiatan jual beli banyak dilakukan secara *online (e-commerce)* di mana pembayarannya membutuhkan *financial technology (fintech)*.<sup>1</sup> Jumlah pengguna fintech di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2014 silam, pengguna fintech di Indonesia masih berkisar 83,7 juta jiwa, namun di tahun 2018 jumlahnya meningkat mencapai 123 juta jiwa dengan peningkatan sekitar 15% tahun hingga saat ini.

Perkembangan teknologi internet dalam hal layanan keuangan membuat seluruh lembaga keuangan harus menyesuaikan diri dengan menerapkan berbagai fitur dan produk keuangan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi, utamanya layanan perbankan Syariah. Salah satu pembaharuan yang dilakukan oleh perbankan Syariah adalah layanan dalam pembiayaan fintech, di mana pembiayaan merupakan kegiatan utama bank Syariah. Menurut definisi yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre (NDRC)*, teknologi finansial atau fintech adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, di mana istilah tersebut berasal dari kata *financial* dan *technology (FinTech)* yang mengacu pada inovasi finansial dengan melalui teknologi modern.

Fintech sangat potensial untuk mendorong perkembangan ekonomi dan keuangan Syariah di Indonesia, terlebih saat ini layanan berbasis fintech telah banyak diterapkan dalam industri keuangan Syariah di berbagai Negara. Fintech dapat diaplikasikan pada perbankan Syariah untuk mendorong pengembangan industri keuangan Syariah dengan lebih memberikan efisiensi dan pelayanan jasa dalam waktu cepat kepada para konsumen.<sup>2</sup> Untuk mencapai inklusi keuangan yang baik, bank Syariah tidak harus membuka cabang di seluruh pelosok Indonesia karena dapat memanfaatkan layanan fintech yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat Indonesia bahkan hingga di daerah terpencil sekalipun. Selain memudahkan proses transaksi dan menambah jumlah nasabah, sinergi dengan Fintech juga bisa meningkatkan performa perbankan Syariah agar menjadi perbankan dengan profitabilitas tinggi dan memiliki kinerja yang memuaskan.

Kolaborasi Bank Syariah dengan fintech tentunya juga akan meningkatkan literasi sekaligus inklusi keuangan, utamanya pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. Perkembangan fintech ini diharapkan akan memperlebar akses bagi pelaku usaha terhadap layanan pembiayaan perbankan Syariah, sehingga peran bank Syariah sebagai penggerak ekonomi sektor riil akan dapat dijalankan dengan baik. Kemudahan akses ini dapat memotong kendala dalam jarak dan waktu,

---

<sup>1</sup> A. Siregar, "Financial technology tren bisnis keuangan ke depan." Infobanknews. 2016.

<sup>2</sup> Brodjonegoro, wawancara online 5 Juli 2018, beritasatu.com.

di mana dengan adanya fintech, pelaku usaha dapat menggunakan layanan pembiayaan tanpa harus datang langsung ke bank Syariah. Baik bagi bank Syariah maupun bagi pelaku usaha tentunya akan sangat menguntungkan karena efisiensi waktu dan tempat. Fintech dalam ruang lingkup layanan pembiayaan bank Syariah juga diharapkan akan dapat meningkatkan kinerja bank Syariah dalam menyalurkan pembiayaan, terlebih saat ini bank Syariah juga mendapatkan kelonggaran likuiditas dan penurunan Giro Wajib Minimum (GWM) sebesar 50 basis poin.

Peluang perbankan syariah untuk meningkatkan total aset sangat terbuka, karena beberapa alasan di antaranya:

1. Kebutuhan pembiayaan dalam Negeri masih sangat besar.
2. Distribusi pembiayaan nasional masih belum merata.
3. Inklusi keuangan nasional masih rendah.
4. Tingkat penggunaan teknologi di Indonesia cukup besar.

Peluang bank Syariah dalam meningkatkan total aset tersebut akan dapat dicapai salah satunya dengan memanfaatkan fintech. Namun sayangnya, fitur dan layanan yang memberikan berbagai kemudahan dalam fintech hingga saat ini belum banyak diketahui dan diakses oleh masyarakat pada umumnya dan pelaku usaha pada khususnya.

Bertolak belakang dengan informasi yang telah diuraikan di atas, meskipun jumlah pengguna internet meningkat dalam setiap tahunnya, namun pemanfaatan teknologi finansial untuk akses ke layanan perbankan di Indonesia dapat dikatakan masih relatif rendah. Menurut survei yang dilakukan oleh *Sharing Vision* pada 6 bank besar di Indonesia, jumlah pengguna *internet banking* mencapai 5,7 juta orang pada 2012. Jika dicermati pada Tabel 2 terlihat cukup jelas bahwa dari tahun ke tahun jumlah pengguna internet semakin bertambah, namun jika dibandingkan dengan jumlah penduduk, nampak jelas bahwa persentase jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan internet untuk akses layanan perbankan masih relatif rendah.

Perkembangan layanan pembiayaan berbasis fintech pada bank Syariah di Indonesia memerlukan berbagai langkah strategis untuk dapat tercapai secara maksimal. Kepuasan nasabah terhadap bank Syariah bergantung pada baik buruknya layanan yang diberikan oleh bank Syariah tersebut. Layanan prima yang diberikan oleh bank Syariah diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah, dan juga dapat menjaga kredibilitas bank Syariah. Salah satu bentuk layanan prima tersebut di antaranya adalah layanan pembiayaan berbasis fintech yang dihadirkan sebagai bentuk kemudahan bagi setiap nasabah, baik merupakan kemudahan akses dan juga kemudahan dalam percepatan prosedur sehingga layanan pembiayaan dapat terlaksana secara lebih efektif dan efisien. Apabila kesinambungan yang terjadi dari teknologi FinTech pada pembiayaan maka akan menghasilkan kualitas pelayanan yang optimal. Salah satu aspek penting dalam pengambilan keputusan manajerial perbankan Syariah didasarkan pada analisis *Strength, Weakness, Opportunities, and Threats* (SWOT). Analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi, dalam konteks artikel ini ditujukan untuk menilai kualitas layanan perbankan, sehingga diharapkan mampu meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu lembaga perbankan serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan dengan melibatkan sudut pandang nasabah untuk meminimalisir subjektivitas analisis SWOT sehingga bank Syariah dapat mengambil langkah yang tepat untuk mengembangkan layanan fintechnya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dalam artikel ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Terdapat dua jenis data yang digunakan yaitu primer dan skunder. Data primer adalah data yang digunakan oleh peneliti dari hasil pengisian kuesioner yang disebar secara virtual pada 100 responden dengan acak. Dan data skunder adalah data yang diperoleh dari buku, jurnal dan surat kabar *online* yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian dimulai dengan survei pendahuluan, mengidentifikasi masalah, melakukan studi literatur, menentukan metode dalam mengumpulkan data, menentukan jumlah sampel dan populasi, Menyusun kuisisioner, melakukan uji validitas dan reabilitas, melakukan uji analisis data IPA, menentukan analisis SWOT, dan menarik kesimpulan serta saran untuk menghasilkan penilaian utuh terhadap kinerja atribut dan kepuasan konsumen (nasabah). Tahapan penelitian diawali dengan survei pendahuluan untuk mengetahui berbagai layanan fintech bank Syariah, yakni PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (BMI), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Tbk (BRIS), dan PT CIMB Niaga Syariah. Setelah dilakukan survei pendahuluan, diketahui permasalahan pada sampel-sampel tersebut adalah karakteristik nasabah, tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja seluruh atribut yang ditawarkan oleh pihak bank syariah, dan hubungan antara karakteristik nasabah dengan kepuasan nasabah.

Peneliti menyebarkan secara acak kuesioner yang berisi 20 variabel atau atribut untuk dijawab oleh 100 Nasabah pengguna pembiayaan fintech bank Syariah di atas sesuai dengan harapan dan kenyataan yang diterima dengan memberikan penilaian dari skala 1-4. Keterangan skala tersebut sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Keterangan Skala Kuisisioner**

Skala	Harapan	Kenyataan
1	Sangat tidak dibutuhkan	Sangat tidak memuaskan
2	Tidak terlalu dibutuhkan	Tidak memuaskan
3	Dibutuhkan	Memuaskan
4	Sangat dibutuhkan	Sangat memuaskan

Setelah dilakukan validasi dan reabilitas terhadap data, kemudian akan dilakukan perhitungan data berdasarkan tingkat kesesuaian, dimana tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor harapan dan kenyataan dengan formula sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian harapan nasabah

Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan.

Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui indikator jasa pelayanan yang memuaskan atau tidak memuaskan konsumen. Rumus yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

K = Banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil dari rekaman kuisioner 100 nasabah ini selanjutnya kami analisis secara SWOT dengan model IPA untuk mengetahui bagaimana idealnya layanan fintech perbankan Syariah yang diinginkan oleh nasabah-nasabahnya. Dengan demikian tentu akan menguntungkan perbankan Syariah dalam mengembangkan aspek pelayanan fintech untuk nasabahnya.

### **FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)**

*Financial Technology* (FinTech) adalah salah satu bentuk penerapan teknologi informasi di bidang keuangan. Teknologi finansial ini berawal dari sebuah Lembaga keuangan di Inggris pada tahun 2004 yang bernama Zopa. Zopa memberikan layanan berupa jasa peminjaman uang. Seiring berjalannya waktu, teknologi finansial ini berkembang melalui suatu perangkat lunak Bitcoin yang diciptakan oleh Satoshi Nakamoto di tahun 2008. Jika ditarik mundur, sebenarnya teknologi finansial ini tidak dapat dilepaskan dari suatu aplikasi konsep *peer to peer* (P2P) dalam bidang *music sharing* yang ditemukan oleh Napster di tahun 1999, dan kemudian teknologi inilah yang sekarang berkembang menjadi fintech. Prinsip P2P dalam jaringan komputer ini kemudian diimplementasikan dalam berbagai perusahaan *start-up* (wirausaha rintisan) untuk mencari pendanaan dari investor untuk menjalankan kegiatan bisnisnya. Sistem ini kemudian berkembang dengan jangkauan dan ruang lingkup yang makin luas, di mana sudah tidak terbatas lagi pada investor yang menginvestasikan dananya kepada *start-up* saja, namun sudah meluas dalam bentuk *crowdfunding* sampai dengan dalam layanan tiap Lembaga keuangan seperti saat ini.

### **LAYANAN FINTECH PERBANKAN SYARIAH**

Bank Indonesia mendefinisikan *Financial Technology* (Fintech) sebagai “*A phenomenon of fusion between technology and financial features that transform business models and a weak barrier to entry which lead to raises unregulated players to run the service as well as regulated financial financial institution*”. Maksud dari fintech adalah Fenomena perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan yang mengubah model bisnis dengan menghilangkan hambatan-hambatan seperti jarak dan waktu sehingga dapat dilakukan oleh semua orang.

Bentuk keseriusan Bank Indonesia (BI) dalam bidang fintech ditunjukkan dengan dibentuknya Bank Indonesia Fintech Office di tahun 2016. BI kemudian membentuk serangkaian regulasi agar praktik transaksi dan layanan fintech di Indonesia berjalan dengan aman sehingga tidak ada pihak yang dirugikan dan meminimalisir adanya tindak kriminal dalam fintech. Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia, Mirza Adityaswara, kala itu mengatakan bahwa BI mengumumkan *Fintech Regulation and Regulatory Sandbox* sebagai *platform* bagi para pemula untuk meluncurkan produk inovatif, layanan atau model bisnis mereka. Regulasi ini diperlukan untuk memastikan pelaksanaan sistem pembayaran peminat Fintech berjalan aman dan sesuai aturan. Sedangkan untuk pelaku usaha Fintech dibuat *Sandbox Regulatory* yang akan mengatur ketentuan bagi pelaku Fintech yang kebanyakan adalah perusahaan *startup* berskala kecil.

Peraturan yang sudah dikeluarkan oleh BI yakni peraturan No. 18/40/PBI/2016 guna mengakomodir dan mengatur jalannya transaksi *e-commerce* agar lebih mudah, aman, efektif dan efisien. Peraturan ini juga memberikan izin, mengatur dan memberikan supervisi bagi *principal*, pegakuisisi, provider, penyedia transfer dana dan seluruh pihak-pihak yang terkait dalam fintech tersebut. Selain dari PBI, juga ada peraturan Otoritas Jasa Keuangan yakni POJK No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Regulasi ini juga dikeluarkan guna mengakomodir berbagai kepentingan dari seluruh pihak yang menggunakan layanan fintech utamanya dalam hal layanan pinjaman atau pembiayaan. Regulasi ini juga menjelaskan mengenai panduan dalam penyediaan layanan pinjaman dengan Fintech, termasuk di dalamnya adalah *Peer to peer Lending*. Beberapa hal yang diatur dalam POJK tersebut antara lain:

1. Kegiatan usaha,
2. Pendaftaran perizinan,
3. Mitigasi risiko,
4. Pelaporan, dan
5. Tata kelola sistem teknologi informasi

### **ANALISIS SWOT**

Analisis *Strength, Weakness, Opportunities, and Threats* (SWOT) merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam manajemen strategi di mana di dalamnya memuat faktor internal dan eksternal dari suatu perusahaan. Analisis SWOT akan membantu para stakeholder dalam memahami identifikasi kelebihan dan kekurangan dari suatu organisasi atau perusahaan. Nantinya analisis SWOT akan melahirkan profil perusahaan yang digunakan oleh manajemen dalam menentukan Langkah apa yang diambil oleh perusahaan dengan membandingkan faktor internal berupa kelemahan dan kekurangan perusahaan dengan faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman baik dari perusahaan lain hingga dari lingkungan dan kebijakan pemerintah setempat.<sup>3</sup>

Pendapat lain dikemukakan Rangkuti yang menyatakan bahwa pengertian swot adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau *Strengths* serta peluang atau *Opportunities*. Tapi secara beriringan, analisis ini juga harus dapat meminimalkan ancaman atau *Threats* dan kelemahan atau *Weaknesses*. Proses dalam pengambilan keputusan strategis diketahui memang selalu berhubungan langsung dengan kebijakan perusahaan, strategi, tujuan dan pengembangan misi. Artinya, perencana strategis harus menganalisa berbagai faktor strategis organisasi atau perusahaan mulai dari kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan. Tidak mengherankan jika analisa swot juga disebut dengan nama Analisis Situasi.<sup>4</sup>

Pengertian lain dari analisis SWOT adalah suatu penilaian atas kelemahan-kelemahan dan kekuatan-kekuatan dari semua sumber daya yang dimiliki oleh organisasi.<sup>5</sup> Hal ini juga mencakup tantangan yang akan dihadapi dan kesempatan eksternal ke depannya. Armstrong dan Kotler berpendapat bahwa pengertian analisis SWOT merupakan penilaian menyeluruh yang dilakukan terhadap kekuatan,

<sup>3</sup> Pearce dan Robinson, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997).

<sup>4</sup> Freddy Rangkuti, *Riset Pemasaran* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997).

<sup>5</sup> H.M. Jogiyanto, *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis* (Yogyakarta: ANDI, 2005).

peluang, kelemahan, dan juga ancaman suatu perusahaan.<sup>6</sup> Kegiatan analisis ini sangat diperlukan agar perusahaan bisa menentukan strategi yang akan dilakukan perusahaan. Baik strategi promosi, strategi penjualan dan lain sebagainya. Analisis SWOT dalam konteks artikel ini ditujukan untuk menilai kualitas layanan perbankan, sehingga diharapkan mampu meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu lembaga perbankan serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Importance-Performance* Matrix merupakan metode yang biasa diimplementasikan untuk mengetahui variabel pelayanan yang berpengaruh besar terhadap seberapa tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta variabel pelayanan yang perlu ditingkatkan kinerjanya dikarenakan ada ketidaksesuaian dengan persepsi pelanggan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Faktor kepentingan maupun tingkat kinerja kemudian akan digabungkan dalam sebuah grafik dua dimensi.

Untuk periode waktu yang cukup lama, *Importance Performance Analysis* (IPA) telah digunakan sebagai alat untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasarannya. Metode IPA banyak digunakan di berbagai daerah, di mana kepuasan pelanggan adalah kunci bagi sebuah bisnis yang ingin berkembang, termasuk pendidikan tinggi,<sup>7</sup> pariwisata,<sup>8</sup> layanan pemerintah,<sup>9</sup> *convenience store*,<sup>10</sup> dan layanan perbankan.<sup>11</sup>

Kepuasan pelanggan adalah fungsi persepsi pelanggan, di mana kepuasan pelanggan tidak terlepas dari kualitas produk atau layanan dari suatu organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu, IPA mengukur kepuasan nasabah dari survei kepuasan nasabah berdasarkan pada dua komponen atribut produk atau layanan; yaitu pentingnya suatu produk atau layanan untuk pelanggan dan kinerja organisasi dalam menyediakan produk atau layanan tersebut. Persimpangan dari dua komponen ini menciptakan matriks dua dimensi. *Importance Performance Analysis* (IPA) ini terdiri atas analisis kuadran dan analisis kesenjangan (*gap*). Analisis kuadran berfungsi untuk menunjukkan hubungan antara penilaian tingkat kepentingan fintech bank Syariah dan tingkat kepuasan nasabah. Model IPA terbagi menjadi 4 bagian, secara grafisnya dapat kami sampaikan sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008).

<sup>7</sup> F. Silva, & P. O. Fernandes, "Empirical Study on the Student Satisfaction Inhigher Education: Importance-Satisfaction Analysis" *Management*, 2. (2012), 293.

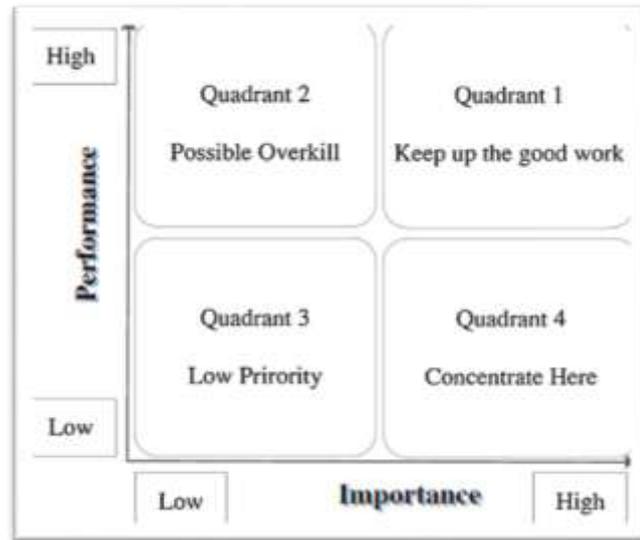
<sup>8</sup> R. H. Taplin, "Competitive Importance-Performance Analysis of Anaustralian Wildlife Park" *Tourism Management*, 33 (2012), 29–37.

<sup>9</sup> M. Seng Wong, N. Hideki, & P. George, "The Use of Importance-Performanceanalysis (IPA) in Evaluating Japan's E-Government Services" *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 6 (2011), 17–30.

<sup>10</sup> J.-I. Shieh, & H.-H. Wu, "Applying Importance-Performance Analysis Tocompare The Changes of A Convenient Store" *Quality and Quantity*, 43 (2009), 391–400

<sup>11</sup> C.-H.Wu, Y.-C. Lee, Y.-C. Cheng, & S.-B. Tasi, "The Use Ofimportance-Performance Analysis (IPA) in Evaluating Bank Services". *9<sup>th</sup> International Conference on Service Systems and Service Management (ICSSSM)* (2012), 654–657.

**Gambar 1. Matrik *Importance Performance Analysis* (IPA)**



Sumber: Hosseini dan Bideh, 2013

Dari gambar di atas terlihat bahwa metode *Importance-Performance Matrix* memiliki empat kuadran yang dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Kuadran I, Bank Syariah disarankan harus meningkatkan kinerja layanan fintechnya karena nasabah memiliki ekspektasi tinggi pada atribut pada kuadran ini.
2. Kuadran II, Bank syariah harus mempertahankan prestasi layanan fintechnya karena dianggap telah menunjukkan kinerja yang baik pada atribut yang dinilai penting/harus ada oleh nasabah.
3. Kuadran III, kuadran ini merupakan kuadran yang memuat atribut layanan yang tidak penting/tidak harus ada oleh nasabah sehingga bank syariah juga dapat mendefinisikan atribut ke dalam kelompok low priority.
4. Kuadran IV, kuadran ini merupakan kuadran yang berisi atribut tidak penting/tidak wajib oleh nasabah, namun demikian kinerja layanan fintech bank syariah sudah baik dalam pelayanan.

Dari seluruh kuisisioner IPA 100 nasabah pengguna layanan pembiayaan fintech perbankan Syariah yang telah direkam seluruh tanggapannya oleh peneliti menghasilkan tingkat kesesuaian seperti yang terlihat pada table berikut ini:

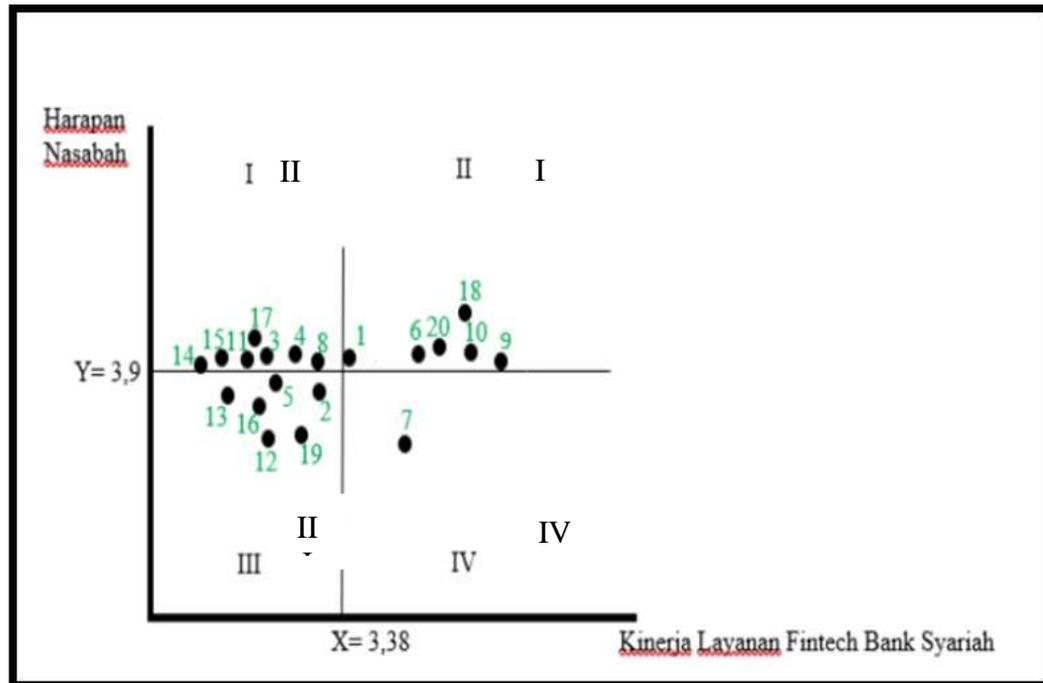
**Tabel 2**  
**Tingkat Kesesuaian Atribut Pelayanan**

No	Atribut Pelayanan	Tingkat Kesesuaian (dalam %)
1	Kemudahan untuk mendapatkan aplikasi internet banking	97,7%
2	Tampilan internet banking	85,3%
3	Kemudahan operasional internet banking	72,9%

4	Kelengkapan fitur internet banking	83,8%
5	Waktu load membuka internet banking cepat	75,1%
6	Internet banking memberikan informasi tepat	97,5%
7	Tersedia gambar dari produk layanan pada internet banking	98,4%
8	Tersedia penjelasan detail pada tiap-tiap fitur	84,9%
9	Kombinasi password yang dibutuhkan alfa numerik	99,7%
10	Kode akses dalam setiap tindakan diperlukan agar aman	98,5%
11	Size aplikasi tidak memenuhi drive penyimpanan	78,5%
12	Tersedia menu ganti password secara berkala	87,7%
13	Keterbatasan waktu akses tidak lebih dari 10 menit tanpa tindakan	81,1%
14	Tersedia fitur bukti transaksi yang dapat didownload	77,8%
15	Tersedia akses pada customer service	74,4%
16	Tersedia fitur pembayaran pada pihak ke-3	79,8%
17	Permintaan direspon dalam waktu 24 jam	81,4%
18	Terdapat histori transaksi	99,5%
19	Syarat dan ketentuan tiap transaksi tersedia dalam aplikasi	82,8%
20	tersedia menu konfirmasi ulang pada setiap transaksi	98,5%

Untuk dapat melakukan pemetaan atribut pada model IPA, maka terlebih dahulu harus dihitung batas sumbu X (skor tingkat kinerja layanan fintech bank Syariah) dan sumbu Y (skor tingkat harapan nasabah. Hasil dari perhitungan tersebut diketahui bahwa batas sumbu X adalah 3,38 dan batas sumbu Y adalah 3,9. Dengan demikian diketahui bahwa hasil pemetaan diagram kartesius IPA adalah sebagai berikut:

**Gambar 2**  
**Hasil Pemetaan Diagram Kartesius Model IPA**



Dari gambar 2 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Kuadran I menunjukkan prioritas utama pada atribut pelayanan nomor 1,6,9,10,18 dan 20. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut harus ditingkatkan lagi oleh bank Syariah dalam hal pelayanan fintech karena harapan nasabah pada kuadran tersebut tinggi.
2. Kuadran II menunjukkan hal-hal yang harus dipertahankan oleh pelayanan fintech bank Syariah, yakni pada atribut nomor 3,4,8,11,14,15 dan 17. Atribut pada kuadran ini menunjukkan hal-hal yang telah dicapai oleh pelayanan bank Syariah sudah sesuai dengan ekspektasi nasabah yang tinggi.
3. Kuadran III menunjukkan prioritas rendah pada atribut pelayanan nomor 2,5,12,13,16 dan 19. Hal ini menunjukkan atribut yang dirasa kurang penting oleh nasabah dan pada kenyataannya kinerja bank Syariah dalam layanan fintech inipun tidak terlalu istimewa.
4. Kuadran IV menunjukkan kinerja yang terlalu tinggi oleh bank Syariah pada atribut pelayanan nomor 7, dikarenakan nasabah tidak menaruh harapan terlalu tinggi pada kuadran ini.

Penggunaan fintech dalam layanan pembiayaan perbankan Syariah merupakan suatu terobosan untuk memberikan kemudahan dan kecepatan akses bagi pelaku usaha dan masyarakat dengan cepat dan mudah. Hasil IPA yang ditunjukkan pada Gambar 2 kemudian ditafsirkan sebagai kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor yang terletak di Kuadran 2 dan Kuadran 4 diidentifikasi sebagai kekuatan (*Strenght=S*) karena kinerja layanan fintech bank Syariah sangat baik hingga memenuhi ekspektasi pelanggan, sedangkan sebaliknya, faktor-faktor atribut pelayanan yang terletak di Kuadran 1 dan Kuadran 3 diidentifikasi sebagai kelemahan (*Weakness=W*) karena kinerja layanan fintech bank Syariah lebih rendah,

dan ada yang tidak memenuhi ekspektasi nasabah. Kuisisioner yang telah dibagi sebelumnya kepada 100 nasabah sebagai responden dalam penelitian ini kemudian dimasukkan kepada kuadran tersebut agar dapat diketahui selanjutnya langkah apa saja yang dapat ditempuh oleh pihak manajemen bank Syariah dalam meningkatkan kualitas pelayanan fintech pembiayaan, mengingat sumber penghasilan utama dari kegiatan bisnis bank Syariah adalah dari sisi pembiayaan. Hasil pemetaan pada diagram kartesius model IPA dapat mencerminkan analisis SWOT pada layanan fintech bank Syariah, sehingga dapat disimpulkan untuk analisis SWOT sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Analisis SWOT Layanan Fintech Bank Syariah**

No	Analisis	Atribut Pelayanan	Langkah Strategis
1	<b>Strenght</b>	Kemudahan Operasional Internet Banking	Membuat aplikasi yang user friendly
		Kelengkapan fitur Internet banking	Melengkapi fitur sehingga nasabah yang tidak memiliki akses untuk dating ke kantor cabang tetap dapat menikmati layanan fintech bank Syariah
		Tersedia gambar dari produk layanan pada internet banking	Gambar disesuaikan dengan fitur layanan agar lebih mudah dimengerti
		Tersedia penjelasan detail pada tiap-tiap fitur	Menyediakan panduan operasional bagi setiap fitur yang ada dengan menekan tombol help
		Size aplikasi tidak memenuhi drive penyimpanan	Menyederhanakan ukuran aplikasi
		Tersedia fitur bukti transaksi yang dapat didownload	Menyediakan menu bukti transaksi yang dapat di- <i>capture</i> atau didownload sebagai bukti untuk nasabah
		Tersedia akses pada customer service	Menyediakan tombol <i>call</i> yang terhubung dengan <i>customer service</i> secara <i>online</i>
		2	<b>Weakness</b>
Tampilan internet banking	Memperbaiki tampilan internet banking agar menarik dan <i>user friendly</i>		
Waktu load membuka internet banking	Memperbaiki system bug sehingga kecepatan performa layanan fintech bank Syariah meningkat		

		Internet banking kurang dapat memberikan informasi yang tepat	Memperbaiki tata Bahasa pada setiap fitur layanan fintech sehingga nasabah tidak <i>misperception</i>
		Kombinasi password yang dibutuhkan alfa numerik	Melibatkan symbol pada kombinasi password untuk meningkatkan keamanan
		Kode akses dalam setiap tindakan	Untuk setiap transaksi finansial diharuskan memakai kode akses
		Menu ganti password secara berkala	Memberi pengingat pada nasabah untuk mengganti passwordnya secara berkala
		Keterbatasan waktu akses	Menambahkan fitur login ulang jika aplikasi fintech terbuka tanpa ada tindakan dari nasabah lebih dari 10 menit
		Fitur pembayaran pada pihak ke-3	Meningkatkan kerjasama dengan pihak ke-3, seperti <i>e-money, marketplace, voucher HP, bayar listrik, air, dll.</i>
		Histori transaksi	Melengkapi keterangan pada histori transaksi dan memperpanjang waktu mundur agar transaksi dapat di- <i>inquiry</i>
		Syarat dan ketentuan tiap transaksi	Setiap transaksi finansial diberi akses pada halaman syarat dan ketentuan
		Menu konfirmasi ulang pada setiap transaksi	Setiap transaksi finansial diberi menu konfirmasi ulang untuk menghindari kesalahan dari nasabah
3	<b>Opportunity</b>	Jumlah masyarakat di Indonesia (pengguna internet)	Meningkatkan literasi dan inklusi keuangan dengan layanan fintech bank Syariah
		Layanan pembiayaan (kolaborasi dengan perusahaan fintech)	Memper memudahkan nasabah debitur untuk memperoleh pembiayaan dari bank Syariah dengan layanan fintech
		Dukungan pemerintah pada keuangan Syariah	Menyediakan sarana dan prasarana untuk perkembangan layanan fintech bank syariah
4	<b>Threat</b>	<i>Hacker</i> dari dalam dan luar Negeri	Meningkatkan sistem keamanan layanan fintech
		Kompetitor penyedia layanan fintech konvensional	Meningkatkan daya saing dengan berbagai cara, seperti iklan secara massif, kampanye, meningkatkan literasi keuangan Syariah
		Penipuan	Meminimalisir adanya <i>cyber</i>

crime dengan meningkatkan keamanan transaksi finansial

## PENUTUP

Selama ini proses pelayanan bank Syariah masih banyak dilakukan secara manual di *counter*, mulai dari pembukaan rekening, lalu lintas dana tabungan, keluhan dan lain sebagainya, di mana ini membutuhkan waktu pelayanan yang relatif lebih lama, terlebih jika ada keterbatasan skil Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bank Syariah tersebut menyebabkan proses pelayanan menjadi tidak efisien. Fintech telah dan akan membantu bank syariah dalam kecepatan dan akurasi dalam memproses data operasi bisnis dan pemasaran produk. Berdasarkan analisis SWOT pada Fintech pada perbankan syariah diketahui bahwa perkembangan *product development* akan semakin baik, di mana FinTech akan selalu dapat mengikuti perkembangan yang ada dan mudah untuk disesuaikan, sesuai dengan perkembangan kebutuhan nasabah. Pada akhirnya kehadiran FinTech ini juga akan dapat meningkatkan portfolio pembiayaan perbankan syariah secara nasional, khususnya untuk kemudahan pembiayaan pada usaha sector riil. Berdasarkan temuan di atas maka peneliti menyarankan agar regulasi mengenai fintech semakin ditingkatkan demi kemaslahatan, sehingga sejak awal seluruh celah dan peluang resiko dapat dianalisis dan dapat menyusun manajemen risiko dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brodjonegoro dalam wawancara *online* di beritasatu.com 5 Juli 2018.
- Hosseini, S. Y., & Bideh, A. Z.,. "A Data Mining Approach Forsegmentation-Based Importance-Performance Analysis (SOM-BPNN-IPA): A New framework for developing customer retention strategies" *Service Business* (2013)
- Jogiyanto, H.M., *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen pemasaran di indonesia: analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. 2002.
- Pearce dan Robinson, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta: Binarupa Aksara. 1997.
- Rangkuti, Freddy, *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 1997.
- Seng Wong, M., Hideki, N., & George, P. "The Use of Importance-Performanceanalysis (Ipa) in Evaluating Japan's E-Government Services" *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 6 (2011)
- Shieh, J.-I., & Wu, H.-H. "Applying Importance-Performance Analysis To compare The Changes Of A Convenient Store" *Quality and Quantity*, 43 (2009).
- Siregar, A. "Financial technology tren bisnis keuangan ke depan." Infobanknews. 2016.
- Silva, F., & Fernandes, P. O. "Empirical Study on the Student Satisfaction Inhigher Education: Importance-Satisfaction Analysis" *Management*, 293 (2012).
- Taplin, R. H. "Competitive Importance-Performance Analysis Of Anaustralian Wildlife Park" *Tourism Management*, 33 (2012).
- Wu, C.-H., Lee, Y.-C., Cheng, Y.-C., & Tasi, S.-B. "The Use Ofimportance-Performance Analysis (IPA) in Evaluating Bank Services". *9th International conference on service systems and service management (ICSSSM)* (2012).