

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pengertian Analisis SWOT**

SWOT adalah singkatan dari Strengths (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (peluang), Threats (tantangan). Analisa SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu internal dan eksternal yang mempengaruhi kemampuan kita dalam memasarkan event (produk) kita. Analisa SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran).

Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrument ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrumen ini menolong para perencana apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka.

Analisa SWOT merupakan sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran).Analisa ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

Tujuan analisis SWOT ini yaitu untuk memberikan gambaran hasil analisis keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan secara menyeluruh yang digunakan sebagai dasar atau landasan penyusunan objective dan strategi perusahaan dalam corporate planning.

Analisis ini terbagi atas empat Komponen dasar yaitu :

1) Strengths (kekuatan)

Strengths (kekuatan) yang dimaksud adalah suatu keunggulan dalam sumber daya, ketrampilan dan kemampuan lainnya yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau hendak dilayani oleh perusahaan. Misalnya dalam hal teknologi yang dimiliki, kantor cabang yang berada di setiap propinsi, mitra kerja nasional maupun internasional dan lain-lain.

2) Weakness (kelemahan)

Weakness (kelemahan) Kelemahan yang dimaksud juga bisa berupa sumber daya, ketrampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan. Contohnya, tingkat ketrampilan karyawan, kecilnya biaya promosi, belum terpenuhinya kesehatan bank dan lain sebagainya.

3) Opportunities (peluang)

Opportunities (peluang) merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar lembaga keuangan dan perbankan. misalnya persaingan yang ketat, produk terbaru kondisi lingkungan sekitar.

4) Threats (ancaman)

Threats (ancaman) Ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Sebagai contoh yakni berkembangnya pasar modal, hampir setiap bank mengeluarkan kartu kredit dan lain sebagainya (Wahyuni, 1996: 68)

Di dalam dunia perbankan, khususnya dalam bidang pemasaran, bisnis kredit merupakan suatu kegiatan pembelian atau peminjaman dengan janji pengembalian di kemudian hari. Pada setiap rencana kredit, terdapat kreditor (pribadi, institusi keuangan, toko atau perusahaan yang uangnya dipinjam). Dalam pembukuan, terdapat catatan sejumlah uang milik pribadi atau institusi.

Tidak semua kredit berjalan dengan lancar. Kredit bermasalah merupakan suatu hal yang biasa terjadi dalam industri perbankan. Maka dari itu, untuk menghindari berbagai macam kredit bermasalah yang berkelanjutan, bank harus selalu melakukan tindakan pengamanan antara lain melakukan penyisihan kerugian, penyelamatan, penghapusbukuan pinjaman, penghapus tagihan, dan penagihan kredit hapus buku.

Sehubungan dengan hal demikian perusahaan perlu untuk menganalisis dan menindak lanjuti SWOT yang dimiliki. Penulis dalam hal ini bermaksud mencoba melakukan analisa terhadap suatu bank, dalam hal bagaimana bank itu mengolah SWOT yang mereka miliki untuk memperoleh strategi yang bagus dalam mempertahankan eksistensi dan menjadi yang paling unggul di dunia bisnis perbankan.

Analisa SWOT merupakan sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

Satu hal yang harus diingat baik-baik oleh para pengguna analisa SWOT, bahwa analisa SWOT adalah semata-mata sebuah alat analisa yang ditujukan

untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi oleh organisasi, dan bukan sebuah alat analisa ajaib yang mampu memberikan jalan keluar yang cespleng bagi masalah-masalah yang dihadapi oleh organisasi.

Menurut Tunggal (2003:74-75) adalah sebagai berikut:

1) Peluang (Opportunities)

Suatu peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan utama adalah salah satu dari peluang identifikasi dari segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan-perubahan dalam keadaan bersaing, atau peraturan, perubahan teknologi, dan hubungan pembeli dan pemasok yang diperbaiki dapat menunjukkan peluang bagi perusahaan.

2) Ancaman (Threats)

Ancaman adalah rintangan-rintangan utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan dari perusahaan. Masuknya pesaing baru, perumbuhan pasar yang lambat, daya tawar pembeli dan pemasok utama yang meningkat, perubahan teknologi, dan peraturan yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi keberhasilan suatu perusahaan.

3) Kekuatan (Strenghts)

Kekuatan adalah sumber daya, ketrampilan atau keunggulan lain yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan dari pasar suatu perusahaan layani atau hendak layani. Kekuatan merupakan suatu kompetensi yang berbeda (destintive competence) yang memberi perusahaan suatu keunggulan

komparatif (comparative advantage) dalam pasar. Kekuatan berkaitan dengan sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli/pemasok, dan faktor-faktor lain.

#### 4) Kelemahan (weaknesses)

Kelemahan merupakan keterbatasan/kekurangan dalam sumber daya, ketrampilan, dan kemampuan yang secara seerius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan.

Dari pembahasan diatas analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi. Kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

### **B. Pengertian Manajemen Risiko**

Berdasarkan surat edaran Bank Indonesia (SE BI) no 5/2/DNP tanggal 29 September 2003 Perihal penerapan manajemen risiko bagi bank umum sebagaimana telah diubah dengan SE BI no. 13/23/DPNP tanggal 25 Oktober 2011, bank umum harus memiliki Pedoman Standar Penerapan Manajemen Risiko yang sekurang-kurangnya memuat:

- a. Penerapan risiko secara umum dan Penilaian Profil Risiko.
- b. Penerapan risiko untuk masing-masing risiko, yang mencakup 8 (delapan) risiko yaitu: risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko

operasional, risiko hukum, risiko strategic, risiko kepatuhan dan risiko reputasi.

Risiko merupakan potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa (events) tertentu. Sedangkan manajemen risiko merupakan serangkaian metodologi dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko yang timbul dari seluruh kegiatan usaha bank.

Dengan demikian, tahapan pertama yang dilakukan dalam rangka mengelola risiko apapun jenis risikonya adalah identifikasi risiko. Bilamana bank salah dalam mengidentifikasi risiko maka bank akan keliru pula dalam melakukan pengukuran risiko yang teridentifikasi.

Manajemen Risiko adalah serangkaian metodologi dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan Risiko yang timbul dari seluruh kegiatan usaha Bank. Salah satu fungsi penting dari modal bank adalah sebagai penyerap utama kerugian yang timbul akibat kejadian risiko guna menjaga keberlangsungan usaha bank. Untuk menjamin keberlangsungan usaha tersebut, bank wajib menyediakan modal minimum oleh regulator, yang disebut dengan kecukupan modal (capital adequacy).

Besarnya modal bergantung kepada besarnya risiko yang dihadapi bank (risk based capital). Setiap bank mungkin memiliki risiko yang berbeda

tergantungan dari kompleksitas usahanya sehingga kewajiban penyediaan modal minimum pun akan berbeda.

Kerugian akibat kejadian risiko akan mengurangi laba yang diperoleh, bahkan menggerus modal bank yang sudah disediakan. Pada umumnya dampak kerugian akan langsung berpengaruh kepada stakeholder yaitu pegawai dan pemegang saham. Lebih jauh, dampak kerugian dapat berpengaruh kepada nasabah atau pun perekonomian.

Manajemen Risiko akan semakin kuat karena liberalisasi, regulasi dan integrasi dengan pasar global. Manajemen risiko akan dilakukan secara proaktif dan kualitas kredit akan meningkat, yang menyebabkan sektor keuangan yang lebih kuat. Masa depan akan melihat perubahan struktural di sektor perbankan ditandai oleh konsolidasi dan perubahan di dalam sektor.

Bank-bank yang lebih kecil tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk menahan persaingan yang ketat dari sektor ini. Bank akan berevolusi menjadi penyedia jasa keuangan yang lengkap dan utuh, melayani semua kebutuhan keuangan perekonomian. Arus modal akan meningkat dan melakukan pendirian basis-basis di negara-negara asing merupakan hal yang biasa.

Tahap terakhir adalah pengendalian risiko. Dalam tahap pengendalian risiko dibedakan menjadi 2 yakni pengendalian fisik (risiko dihilangkan, risiko diminimalisir) dan pengendalian finansial (risiko ditahan, risiko ditransfer). Menghilangkan risiko berarti menghapuskan semua kemungkinan terjadinya

kerugian.. Meminimasi risiko dilakukan dengan upaya-upaya untuk meminimumkan kerugian misalnya dalam produksi, peluang terjadinya produk gagal dapat dikurangi dengan pengawasan mutu (quality control). Menahan sendiri risiko berarti menanggung keseluruhan atau sebagian dari risiko.

Menurut Djohanputro (2008), Manajemen risiko merupakan proses terstruktur dan sistematis dalam mengidentifikasi, mengukur, memetakan, mengembangkan alternatif penanganan resiko, memonitor dan mengendalikan penanganan resiko, mengontrol dan meringankan sistem informasi terkait risiko dan melingkupi pengkajian risiko, analisa manfaat biaya, dan pemilihan, implementasi, pengetesan dan evaluasi keamanan dari usaha perlindungan.

Menurut Siahaan (Manajemen Risiko : 2007), manajemen risiko adalah perbuatan (praktik) dengan manajemen risiko, menggunakan metode dan peralatan untuk mengelola risiko sebuah proyek, sebagai kegiatan atau proses yang terarah dan bersifat proaktif, yang ditujukan untuk mengakomodasi kemungkinan gagal pada salah satu, atau sebagian dari sebuah transaksi atau instrumen, meminimasi kerugian dan memaksimumkan kesempatan. Implementasi dari manajemen risiko ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi risiko sejak awal dan membantu membuat keputusan untuk mengatasi risiko tersebut.

Dari penjelasan beberapa pengertian tentang manajemen risiko menurut para ahli menyimpulkan bahwa manajemen risiko adalah serangkaian metodologi dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau,



mengembangkan alternatif penanganan resiko, memonitor dan mengendalikan penanganan resiko, mengontrol dan meringankan sistem informasi terkait risiko dan melingkupi pengkajian risiko, analisa manfaat biaya, dan pemilihan, implementasi, pengetesan dan evaluasi keamanan dari usaha perlindungan, meminimasi kerugian dan memaksimalkan kesempatan serta mengendalikan Risiko yang timbul dari seluruh kegiatan usaha Bank.

### **C. Penelitian terdahulu**

Melanjutkan penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Dessy Anggraini yang berjudul Analisis SWOT Pemberian Kredit pada PT. BRI kantor cabang Muara Enim. Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui sistem penyaluran kredit kepada usaha kecil menengah dalam meminimalisir risiko kredit macet yang diberikan.

Adapun variabel dan jenis sumber data yang digunakan adalah Analisis SWOT Pemberian Kredit pada PT. BRI kantor cabang Muara Enim yaitu sebagai berikut :

1. Data-data dari bank BRI dan buku pedoman panduan bank BRI .
2. Komponen yang digunakan dalam meneliti analisa 5C yaitu Karakter, Capacity, Capital, Condition of Economic dan Colleteral. dan 7P yaitu Personality, Party, Perpose, Prospect, Pyment, Profitability, dan Protection.

Pada penelitian dari Khoirun Nisak yang berjudul Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. BNI kantor cabang

Muara enim. Yang bertujuan Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan PT. BNI kantor cabang Muara enim berdasarkan analisis SWOT dan mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan BMI Cabang Pembantu Magelang dalam memasarkan produk-produknya.

Adapun variabel dan jenis sumber data yang digunakan Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. BNI kantor cabang Muara enim yaitu sebagai berikut :

1. Data-data dari PT. BNI dan buku pedoman lengkap gambaran umum dari BNI.
2. Komponen yang digunakan dalam meneliti analisa 5C yaitu Karakter, Capacity, Capital, Condition of Economic dan Colleteral. dan 7P yaitu Personality, Party, Perpose, Prospect, Pyment, Profitability, dan Protection.

Yang membedakan penelitian dan penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya terletak di lokasi penelitian dan sistem perbankan yang di gunakan sebagai dasar operasional oleh bank bersangkutan. Lokasi yang penulis ambil adalah PT. Bank Danamon Simpan Pinjam kantor cabang Muara Enim menganalisa tentang penyalura KTA ( kredit tanpa agunan) dan sistem yang di gunakan dalam perbankan sesuai dengan ketentuan dari Bank Indonesia.