

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama merupakan suatu sistem yang sudah terlembaga dalam setiap masyarakat, dan secara mendasar telah menjadi norma yang mengikat dalam keseharian serta menjadi pedoman dari konsep ideal. Ajaran agama yang menjadi wacana keseharian secara nyata menjadi dorongan teologis manusia untuk melakukan berbagai aktivitas, termasuk dalam hal ini adalah aktivitas ekonomi (Jusmaliani, 2008, hal. 3). Agama Islam merupakan sistem kehidupan yang bersifat komprehensif, yang mengatur semua aspek, baik dalam sosial, ekonomi, dan politik maupun kehidupan yang bersifat spiritual. Firman Allah QS. Al-Maidah ayat 3 menjelaskan:

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا

Artinya : “*Pada hari ini telah Ku-Sempurnakan untuk kamu agama-mu, dan telah kucukupkan kepadamu nikmat-KU, dan telah Ku-Ridhai Isalam itu jadi agama bagimu.*”

Firman Allah SWT. Diatas telah jelas menyatakan bahwa Islam adalah agama yang sempurna dan mempunyai sistem tersendiri dalam menghadapi permasalahan kehidupan, baik yang bersifat material maupun nonmaterial. Karena itu ekonomi sebagai satu aspek kehidupan, tentu juga sudah diatur oleh Islam. Ini bisa dipahami, sebagai agama yang sempurna, mustahil Islam tidak dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi. Suatu sistem yang dapat digunakan sebagai panduan bagi manusia dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Suatu sistem yang garis besarnya sudah diatur dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. (Huda & Nasution, 2008, hal. 1-2)

Ilmu Ekonomi Islam, merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang didasarkan atas nilai-nilai dalam Islam (Jusmaliani, 2008, hal. 3-4). Disamping itu, ekonomi Islam sesungguhnya secara inheren merupakan konsekuensi logis dari kesempurnaan Islam itu sendiri.

Islam haruslah dipeluk secara *kaffah* dan komprehensif oleh umat-umatnya. Islam menuntut kepada umatnya untuk mewujudkan ke Islamannya dalam seluruh aspek kehidupannya. (Huda & Nasution, 2008). Dalam Islam, kepemilikan terhadap harta kekayaan merupakan hal yang paling mendasar bagi setiap manusia (Jusmaliani, 2008). Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan tersebut. Salah satunya melalui kegiatan investasi.

Dalam kamus istilah pasar modal keuangan investasi diartikan sebagai penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan. Investasi adalah bagian penting dalam perekonomian. Investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang. Pendapat lain menyebutkan bahwa investasi diartikan sebagai komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan dimasa yang akan datang (Indah, 2010).

Menurut Huda investasi dibedakan menjadi dua, yaitu investasi pada *financial asset* dan investasi pada *real asset*. Investasi pada *financial asset* dapat dilakukan dengan cara membeli saham, obligasi, *warrant*, opsi dan lainnya di pasar modal. Menurut Undang-Undang No.8 tahun 1995 (UUPM), pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.

Di Indonesia, perkembangan instrumen syariah di pasar modal sudah terjadi sejak tahun 1997. Diawali dengan lahirnya reksadana syariah yang diprakarsai dana reksa. Selanjutnya, PT Bursa Efek Jakarta (BEJ) bersama dengan PT Dana Reksa *investment management* (DIM) meluncurkan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang mencakup 30 jenis saham dari emiten-emiten yang kegiatan usahanya memenuhi ketentuan tentang hukum syariah (Huda & Nasution, 2008). Dalam kerangka kegiatan pasar modal syariah ada beberapa lembaga penting yang secara langsung terlibat dalam kegiatan pengawasan dan perdagangan, yaitu: Bapepam, Dewan Syariah Nasional (DSN), Bursa Efek, Perusahaan Efek, Emiten, profesi

dan lembaga penunjang pasar modal serta pihak terkait lainnya (Huda & Nasution, 2008).

Seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan terhadap investasi, Galeri Investasi Syariah (GIS) BEI cabang Yogyakarta hadir dilingkungan kampus, tepatnya di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Galeri Investasi Syariah (GIS) BEI FIAI UII, didirikan pada 27 September 2013. Pada mulanya merupakan kerja sama antara 2 belah pihak yaitu antara Prodi Ekonomi Islam FIAI UII, dengan PT. Phintraco Securities. Dan selanjutnya mendapat dukungan dari PT. Bursa Efek Indonesia melalui Kantor perwakilan Yogyakarta. Dukungan ini diwujudkan dalam persetujuan untuk mendirikan dan meresmikan Galeri Investasi Syariah-BEI (3 in 1) pertama di Indonesia yang berlokasi di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Tepatnya pada hari senin, tanggal 7 desember 2015, Galeri Investasi Syariah – BEI resmi dibuka untuk umum. Acara peresmian dilakukan langsung oleh Rektor UII, Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc, Direktur pengembangan PT BEI, Nicky Hogan dan Direktur Utama PT. Phintraco Securities, Jeffrey Hendrik. Pada acara peresmian ini juga di hadiri oleh Bapak Kanny Hidayat, SE, MA selaku Wakil Sekjen DSN-MUI pusat.

Eksistensi Galeri Investasi Syariah-BEI dilingkungan UII, diharapkan mampu mengambil peran aktif dalam proses literasi keuangan syariah bagi civitas akademika kampus maupun masyarakat umum. Galeri Investasi Syariah – BEI dapat berperan dalam upaya sosialisidan edukasi pasar modal syariah dengan berpatokan pada Catur Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian, pengabdian pada masyarakat, serta dakwah Islamiyah. GIS beroperasi dari pukul 08.00-16.00 WIB. Proses edukasi telah dilakukan dengan berbagai seminar tentang pasar modal maupun trading online. Layanan kepada mahasiswa juga telah dilakukan dari orang ke orang. Tulasmi mengundang masyarakat umum untuk datang dan berpartisipasi dalam meramaikan kegiatan-kegiatan GIS. GIS juga tidak menutup kemungkinan untuk menerima siswa maupun mahasiswa yang ingin melakukan kunjungan. “Kalau mau datang, kalau mau buka rekening tinggal bawa KTP dan buku tabungan aja. Kalau mau nanyanya tetap kita layani,” ujar dia. Terhitung sudah berjalan kurang lebih 2 tahun,

Galeri investasi Syariah BEI FIAI UII masih banyak mengalami kekurangan baik dari segi pengelolaan, fasilitas, maupun strategi pengembangan yang baik. Sehingga tantangan dan keunggulan serta kekuarangan pada Galaeri Investasi Syariah BEI FIAI UII belum bisa diketahui secara pasti dan akurat.

Eksistensi Galeri Investasi Syari'ah di lingkungan kampus diharapkan mampu mengambil posisi penting dalam proses literasi keuangan syari'ah di Indonesia. Baik bagi civitas akademika kampus maupun masyarakat umum. Galeri Investasi Syariah dapat berperan dalam upaya sosialisasi dan edukasi pasar modal syari'ah dengan berpatokan pada Tri Dharma perguruan tinggi yaitu pendidikan, pelatihan dan pengabdian masyarakat.

Adapun tujuan dari Galeri Investasi Syariah Bursa Efek Indonesia PSEI-FIAI adalah sebagai berikut:

1. Mendukung proses pembelajaran terutama dalam bidang pasar modal syari'ah.
2. Sebagai laboratorium pembelajaran bagi mahasiswa yang mengambil mata kuliah pasar modal syari'ah.
3. Menambah khazanah keilmuan maupun simulasi perdagangan saham.
4. Sebagai media pembelajaran bagi masyarakat luas yang ingin memahami praktek perdagangan pasar modal syari'ah.

Fungsi dari Galeri investasi Syari'ah Bursa Efek Indonesia PSEI-FIAI, yaitu:

1. Mengenalkan pasar modal syariah sejak dini pada dunia akademis.
2. Memungkinkan civitas akademik tidak hanya mengenal teori, namun juga memahami praktek.
3. Mendapatkan data publikasi dan bahan cetakan mengenai perkembangan pasar modal yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia termasuk peraturan dan Undang-Undang pasar modal baik syari'ah maupun non-syari'ah.
4. Mengakses informasi data Bursa Efek Indonesia.
5. Menjadi salah satu sarana bagi para akademisi maupun masyarakat umum memperoleh informasi tentang produk pasar modal dan menjadi sarana bertransaksi secara langsung.

Sehubungan dengan beberapa hal di atas, maka fokus pada penelitian ini yaitu menganalisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats,*) dan strategi pengembangan Galeri Investasi Syariah BEI FIAI UII, sebagai alat untuk mengidentifikasi. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti apa saja yang menjadi Kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dan strategi pengembangan pada Galeri Investasi Syariah (GIS) BEI FIAI UII, sehingga dapat berkembang lebih baik lagi dan dapat bersaing di era global seperti pada saat ini. Berdasarkan latar belakang dalam penelitian, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “**Prospek dan Strategi Pengembangan Galeri Investasi Syariah (GIS) BEI FIAI UII**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka pokok masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prospek GIS FIAI UII berdasarkan analisis SWOT?
2. Bagaimana Strategi pengembangan GIS BEI FIAI UII berdasarkan analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan secara Komperhensif dan Tuntas Tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan, serta prospek dan strategi pengembangan terhadap Galeri Investasi Syariah (GIS) Bursa Efek Indonesia FIAI UII.
2. Mendeskripsikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan pada perusahaan Galeri Investasi Syariah (GIS) FIAI UII sehingga dapat menerapkannya dalam pengembangannya beberapa waktu kedepannya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Bagi Aspek Akademik

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai Analisis SWOT dan prospek serta strategi pengembangan dalam suatu perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan meningkatkan pengetahuan akan praktik menganalisis SWOT dan strategi pengembangan dalam suatu perusahaan yang secara khusus bergerak dibidang Investasi saham dan pada perusahaan umumnya.
2. Bagi Aspek Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan referensi bagi perusahaan dalam menganalisis SWOT serta penerapan strategi pengembangan dalam perusahaan yang bergerak di bidang saham.
 - b. Menjadikan analisis SWOT sebagai acuan suatu perusahaan untuk menerapkan pengembangan suatu perusahaan yang bergerak di bidang saham serta perkembangannya yang sesuai syariah.
 3. Bagi Pemerintah Terkait

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan konsep khususnya bagi pemerintah terkait dalam sosialisasi penerapan strategi pengembangan yang sehat untuk pemecahan masalah serta memotivasi masyarakat yang masih belum mengetahui tentang saham syariah sehingga perkembangan investasi syariah kedepannya menjadi lebih baik.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan di dalam penelitian ini terbagi menjadi Lima bab, yaitu: BAB I PENDAHULUAN yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka dan sistematika penulisan. Pembahasan selanjutnya masuk kedalam BAB II LANDASAN TEORI dimana pada bab ini penulis akan mendeskripsikan secara komperhensif dan tuntas tentang analisis SWOT, prospek dan strategi

pengembangan pada Galeri Investasi Syariah (GIS) FIAI UII. Dan menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, seperti strategi pengembangan dalam suatu perusahaan dengan cara baik dan sesuai dengan syariat agama Islam, serta menjelaskan tentang investasi syariah pada GIS FIAI UII. Pembahasan selanjutnya masuk kedalam BAB III METODOLOGI PENELITIAN pada bab ini peneliti akan menguraikan tentang desain penelitian, lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data. Masuk kepada pembahasan BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN yang membahas tentang analisis menyeluruh atas penelitian yang dilakukan, peneliti akan mencoba menguraikan data yang didapat dari pengumpulan data yang sudah dilakukan seperti sejarah dan profil GIS FIAI UII. Bagian terakhir pada penelitian ini adalah BAB V PENUTUP yang merupakan bagian akhir dari penulisan literatur ini. Pada bab ini berisikan kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian. Selain itu juga berisi saran dari penulis yang ditujukan kepada perusahaan yang berhubungan dengan objek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, yang nantinya akan menjadi pembahasan dalam skripsi adalah berkaitan dengan analisis SWOT pada suatu perusahaan atau lembaga. Maka penyusun akan menelaah beberapa penelitian terdahulu dan beberapa studi yang terkait atau serupa dengan penelitian yang akan penulis kaji.

Ichsan (2015) mengungkapkan bahwa Analisis SWOT (*SWOT Analysis*) adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threats*) yang mungkin terjadi dalam mencapai suatu tujuan dari kegiatan atau proyek kegiatan usaha atau institusi/lembaga dalam skala yang lebih luas. Untuk keperluan tersebut diperlukan kajian dari aspek lingkungan baik yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal yang mempengaruhi pola strategi institusi atau lembaga dalam mencapai tujuan. Dilihat dari sejarahnya dan penggunaannya saat ini, metode SWOT banyak dipakai di dunia bisnis dalam menetapkan suatu perencanaan strategi perusahaan (*strategic planing*) sehingga literatur mengenai metode ini banyak berkaitan dengan aspek penerapan di dunia bisnis meskipun pada beberapa analisa ditemukan pula penggunaan SWOT untuk kepentingan *public policy*. (Ichsan, 2015)

Analisis SWOT juga merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi tersebut. Dengan analisis SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan. Walaupun terdapat beberapa metode penentuan faktor SWOT, secara umum terdapat keseragaman bahwa penentuan tersebut akan bergantung dari faktor lingkungan yang berada diluar institusi. Faktor lingkungan eksternal mendapatkan prioritas lebih dalam

penentuan strategi karena pada umumnya faktor-faktor ini berada di luar kendali institusi (exogen) sementara faktor internal merupakan faktor-faktor yang lebih bisa di kendalikan. (Yenida, 2012)

Selanjutnya terdapat pembahasan mengenai saham yang terdapat dalam jurnal La Riba yang ditulis oleh Fitri Aulianisa pada pembahasan dalam jurnalnya mengatakan bahwa perkembangan *Islamic finance* merupakan representasi masuknya hukum-hukumreligius dalam wilayah kehidupan komersial. *Islamic finance* menantang hukum komersial sekuler yang dipresumsikan lebih efisien dan superior, menantang hukum komersial yang memisahkan dirinya dari pertimbangan religious dan kepatuhan atas ajarannya, lahirnya pasar modal syari'ah tak lepas dari adanya hukum-hukum syariah yang berlaku didalamnya, demi kepentingan orang-orang yang melakukan transaksi didalamnya. Dalam hal pasar modal, kurangnya pengetahuan atau informasi (jahalah, ignorance) pada pihak yang melakukan kontrak dapat dikategorikan sebagai transaksi yang mengandung *garar* dan jelas harus dihindari. Hal penting yang harus digaris bawahi adalah bahwa harga sahan dipengaruhi oleh banyak faktor dan analisis fundamental hanyalah salah satu untuk memprediksi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pergerakan harga saham. (Aulanisa, 2014)

Kemudian terdapat pembahasan tentang strategi terdapat dalam jurnal Hayatul Mardiyah menjelaskan mengenai strategi. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitanya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Dalam jurnalnya juga terdapat tipe-tipe strategi. Pada prinsipnya terbagi menjadi tiga tipe yaitu yang pertama strategi manajemen yaitu strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Yang kedua strategi investasi yaitu strategi kegiatan yang berorientasi pada investasi, dan yang ketiga adalah strategi bisnis yang biasa disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. (Mardiyah, 2015)

Analisis fundamental merupakan suatu cara yang paling mudah dilakukan untuk menghindari unsur ketidaktahuan investor tentang saham yang akan dibeli ataupun sebaliknya. Dengan menghilangkan unsur *jahalah* ini, seorang investor

terbebas dari *garar*, *maysir* ataupun tindakan lain yang tidak dibenarkan oleh syariah Islam. Investasi yang dilakukan oleh seorang investor diharuskan terbebas dari unsur haram. Landasan hukum prinsip keuangan Islami memberikan jalan bagi para investor yang ingin menggunakan prinsip-prinsip Islam dalam menilai secara kritis emiten-emiten yang tersedia di pasar modal syariah. Dengan penilaian kritis tersebut pada investor tersebut tidak lantas langsung menerima daftar emiten yang terdaftar di JII sekalipun karena tetap tidak menutup kemungkinan untuk melakukan perbaikan-perbaikan dan inovasi yang memberikan tawaran baru demi kesejahteraan dan kemanfaatan yang lebih luas. (Aulanisa, 2014)

Selanjutnya ada pembahasan menarik terkait dengan Matriks SWOT terdapat pada jurnal Erwiani dalam jurnalnya dijelaskan bahwa matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Nantinya matriks ini digunakan untuk membantu pengembangan empat jenis strategi yaitu strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), Strategi WT (kelemahan-ancaman). Analisis SWOT memberikan gambaran strategi secara mendetail dari suatu perusahaan. Dengan adanya analisis menggunakan matriks SWOT, suatu perusahaan dapat melihat rincian strategi yang dapat diaplikasikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Didalam jurnal ini juga dijelaskan bahwa perusahaan yang mampu bersaing secara global tidak hanya mampu berpikiran secara strategis namun juga harus mampu untuk menyusun strategi yang tepat.

Hal ini dikarenakan pemikiran yang strategis hanya mampu bertahan dalam jangka pendek bukan kapasitas jangka panjang sementara perencanaan yang strategis dapat menjadi jawaban bagi perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Strategi disini didefinisikan sebagai sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Dalam proses perumusan strategi, diperlukan suatu analisis mendalam serta menyeluruh mengenai lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Dalam perusahaan untuk menganalisis dalam menentukan strategi

yang sesuai dapat digunakan analisis lingkungan, analisis lingkungan adalah suatu proses sistematis yang digunakan oleh perencana strategi untuk memantau kondisi lingkungan yang berpengaruh bagi perusahaan.

Analisis lingkungan terdiri dari analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal, analisis lingkungan internal membantu untuk melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan analisis lingkungan eksternal perusahaan membantu untuk melihat peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Untuk memahami kondisi internal maupun kondisi eksternal maka perusahaan dapat menggunakan alat analisis SWOT. (Erwiani, 2014)

Kemudian pembahasan mengenai betapa pentingnya pembangunan suatu perusahaan menggunakan analisis SWOT dalam suatu perusahaan di jelaskan oleh Rabina Yunus dalam jurnalnya dijelaskan bahwa analisis SWOT mampu mendeteksi kelemahan-kelemahan dari organisasi yang manakala perlu untuk diperkuat, serta penguatan-penguatan seperti apa yang harus dilakukan oleh suatu organisasi tersebut untuk menciptakan suatu nilai, disamping itu analisis SWOT juga mendeteksi peluang-peluang seperti apa saja yang berguna dan dapat dimanfaatkan oleh organisasi serta ancaman-ancaman seperti apa yang harus dihadapi oleh suatu organisasi dan langkah apa yang harus diambil oleh organisasi dalam menghadapi ancaman tersebut.

Analisis SWOT akan menjadi sebuah instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi apabila para penentu strategi organisasi memiliki kemampuan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan, dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus dapat berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Jika penentu strategi mampu melakukan kedua hal tersebut dengan tepat biasanya untuk memilih dan menentukan strategi yang efektif membuahkan hasil sesuai dengan yang diharapkan.

Dijelaskan juga terdapat 4 (empat) faktor dari analisis SWOT yaitu *pertama*, faktor-faktor berupa kekuatan, maksudnya adalah kekuatan yang dimiliki oleh sebuah organisasi contohnya, manajemen yang baik, sumber keuangan, kemampuan aparatur dapat dikatakan sebagai kemampuan kekuatan dari suatu

organisasi. *Kedua*, faktor kelemahan yang berasal dari dalam sebuah organisasi, maksudnya adalah sebuah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan menjadi penghambat bagi tercapainya tujuan organisasi. Seperti keterbatasan sarana dan prasarana, dan keterampilan dari para birokrat yang rendah. *Ketiga*, faktor peluang, maksudnya adalah situasi yang menguntungkan bagi sebuah organisasi. *Keempat*, faktor ancaman, maksudnya adalah kebalikan dari peluang yakni situasi yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Seperti faktor budaya dan sikap skeptis masyarakat sehingga menjadi hambatan bagi tercapainya tujuan dari strategi tersebut. (Yunus, 2015)

Dijelaskan bahwa evaluasi strategi dapat diarahkan pada bekerjanya faktor-faktor yang berada dalam kendali perusahaan (*Controllable Factor*) maupun yang berbeda di luar kendali (*uncontrollable factor*). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas evaluasi strategi, diantaranya adalah pengalaman. *Resourced-Based Theory* menjelaskan bahwa pengalaman (*experience*) yaitu keahlian perorangan diperoleh melalui praktek kerja yang cukup lama, keahlian organisasi juga berkembang dan terus dapat dipertahankan melalui pengalaman. (Almukaromah, 2007)

Sumber daya manusia yang telah lama bekerja memiliki rutinitas yang lebih stabil daripada karyawan baru, hal ini merupakan aspek penting untuk meraih keunggulan bersaing. Efektivitas evaluasi strategi selain variabel pengalaman (*experience*) adalah pengetahuan prosedur. Studi Sharma. A, Kumar. A, Levi, M (2002) menyarankan bahwa antara variabel pengetahuan prosedur dengan kinerja organisasi terdapat *black box* atau variabel *intervening*. Oleh karena itu menyarankan bahwa agenda mendatang *black box* merupakan area studi yang menarik (Widodo, 2009).

Kemudian tentang penerapan analisis SWOT di jelaskan oleh Syamsudin dalam jurnalnya menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisa ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif memaksimalkan

kekuatan dan peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Secara akurat mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil dan analisis lingkungan industri menyajikan informasi yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan. (Syamsudin, 2014)

Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu

No	Judul	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1	Analisa SWOT Prospek Dan Strategi Pengembangan Asuransi Syariah di Indonesia	Nurul Ichsan	Membahas tentang analisis SWOT dan Strategi Pengembangan yang digunakan untuk tujuan tertentu	Dilihat dari sudut pandang untuk meningkatkan kegiatan asuransi syariah yang ada di Indonesia
2	Kajian Analisis SWOT Terhadap Usaha Industri Kecil Rotan Kota Padang	Yenida	Pembahasan analisis SWOT menggunakan Matrik SWOT dan analisis lingkungan internal & eksternal	Hanya memfokuskan kepada analisis Lingkungan internal dan analisis lingkungan Eksternal
3	Pengaruh Fundamental Dan Risiko Sistematis Terhadap Harga Saham di Pasar Modal Syariah (Studi Empiris JII BEI Tahun 2007-2010)	Fitri Aulanisa	Membahas tentang kegiatan investasi dibidang saham Syariah	Ditinjau dari sudut pandang pengaruh Fundamental orang dalam melakukan kegiatan investasi saham
4	Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Dan Penerapan	Erwiani	Membahas tentang analisis SWOT menggunakan matrik SWOT dan analisis Lingkungan internal	Di tinjau dari pengembangn empat jenis Strategi yaitu Strategi SO

	Strategi Pada Perusahaan (Studi Kasus Di Telkom Malang)		dan lingkungan Eksternal	(Kekuatan dan Peluang) Strategi WO (Kelemahan dan Peluang) Strategi ST (Kekuatan dan Ancaman) Strategi WT (kelemahan dan Ancaman)
5	Strategi Pembangunan Melalui Pengarusutamaan Gender (Analisis SWOT Pada Program Gender Watch di Kabupaten Gresik)	Rabina Yunus	Membahas Tentang analisis SWOT dalam menentukan kelemahan-kelemahan organisasi/perusahaan	Ditinjau dari sudut pandang Gender orang-orang yang ada di dalam organisasi.
6	Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan	Rambe Denok Almuramah	Membahas Tentang Analisis SWOT yang digunakan untuk tujuan tertentu	Ditinjau dari sudut pandang daya saing perbankan syariah
7	Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International	Syamsudin Noor	Membahas Tentang Analisis SWOT yang digunakan untuk tujuan tertentu	Ditinjau dari sudut pandang pemasaran

	Tbk.- Daihatsu Malang)			
8	Peran Akuntansi Islam Dalam Mendorong Implementasi Ekonomi Syariah	Harahap Sofyan Syafri	Membahas Tentang Analisis SWOT yang digunakan untuk tujuan tertentu	Ditinjau dari sudut pandang akuntansinya
9	Analisis Pelaksanaan Stable Growth Strategi Melalui Strategi SWOT Dalam Mengembangkan Bank Syariah di Indonesia	Prasetyo, Whedy dan Sugiono	Membahas Tentang Analisis SWOT yang digunakan untuk tujuan tertentu	Memiliki fokus pada strategi yaitu Stable Growth
10	Pengembangan Pegadaian Syariah di Indonesia Dengan Analisis SWOT	Rais, Sasli dan Wahkyudin	Membahas Tentang Analisis SWOT yang digunakan untuk tujuan tertentu	Dilihat dari sudut pandang pengembangan organisasi atau perusahaan.

Sumber: diolah dari berbagai hasil penelitian

Beberapa uraian di atas menunjukkan jurnal, skripsi, dan buku yang berkaitan dengan etika bisnis Islam. Namun untuk skripsi yang berjudul **“Prospek dan Strategi Pengembangan Galeri Investasi Syariah (GIS) BEI FIAI UII”** yang akan penulis kaji belum pernah ada yang membahasnya dalam satu karya ilmiah. Di dalam skripsi yang nantinya akan penulis susun, penulis berusaha untuk meneliti bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, dan bagaimana strategi pengembangan serta prospek Galeri Investasi Syariah BEI FIAI UII. Inti pembahasan akan dititik beratkan kepada konsep analisis SWOT dan Strategi pengembangan apa saja apakah berpengaruh signifikan terhadap perkembangan dan kemajuan Galeri Investasi Syariah BEI FIAI UII tersebut.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut, penyusun akan melakukan observasi dan penelitian semaksimal mungkin serta berusaha menggali dari berbagai sumber literatur, sehingga yang diharapkan penyusun adalah mendapatkan bukti secara signifikan bahwa kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, serta strategi pengembangan dapat mempengaruhi minat dari mahasiswa khususnya dan umumnya kepada masyarakat untuk membuka rekening saham dan berkunjung ke Galeri Investasi Syariah BEI FIAI UII.

B. Landasan Teori

1. Analisis Lingkungan Internal

Menurut Rangkuti Freddy (1997) analisis internal merupakan proses mengkaji sumber daya dan aktivitas perusahaan dalam menentukan dimana kekuatan dan kelemahan perusahaan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada banyak faktor internal yang di amati antara lain operasional, pemasaran, pengembangan, dan sumber daya manusia.

a. Strength

Strength merupakan kekuatan yang membedakan suatu perusahaan dengan pesaingnya, kekuatan ini dapat berasal dari keahlian atau kemampuan khusus perusahaan, aset-aset fisik, luas kantor yang dimiliki, sumber daya manusia, sistem control kualitas dan informasi, reputasi perusahaan, loyalitas karyawan, iklim dan budaya kerja yang positif.

b. Weaknesses

Faktor-faktor seperti kurangnya keahlian dan kemampuan, aset-aset fisik, sumber daya manusia, kemampuan organisasi atau lemah dan ketidakmampuan perusahaan dalam mengelola, akan menjadi faktor-faktor kelemahan dalam suatu perusahaan. (Freddy, 1997)

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Secara umum perusahaan harus mengontrol dan memantau kekuatan-kekuatan lingkungan makro yang pokok (demografi, ekonomi, teknologi, politik, hukum, dan sosial budaya) yang berpengaruh terhadap bisnisnya. Selain itu

lingkungan mikro yang signifikan juga harus dipantau (pelanggan, pesaing, dan distribusi) yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan hasil yang positif. Kategori faktor-faktor lingkungan ini harus disusun oleh unit bisnis dan menyusun suatu sistem intelegensi pemasaran untuk memperkirakan kecenderungan dan perkembangan yang penting. Kemudian untuk setiap kecenderungannya perkembangan, para pemasar di perusahaan harus mengidentifikasi peluang dan ancaman yang nyata. (Freddy, 2009)

a. *Opportunity*

Salah satu tujuan penting dalam menganalisis lingkungan adalah untuk mengenali adanya peluang-peluang baru. Peluang pemasaran perusahaan adalah sebuah gelanggang yang menarik untuk kegiatan pemasaran perusahaan di mana perusahaantertentu akan meraih keunggulan bersaing. Perusahaan yang mampu memperagakan kemampuan terbaik akan menjadi perusahaan yang akan meraih keunggulan bersaing yang dapat di pertahankan dalam memenuhi tuntutan sukses perusahaan.

b. *Threat*

Menurut Rangkuti (2009), ancaman lingkungan adalah tantangan yang diperlihatkan atau yang diragakan oleh suatu kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan perusahaan, bila tidak ada kegiatan pemasaran dengan tujuan tertentu. Dengan demikian menggabungkan gambaran tentang berbagai macam faktor-faktor yang menjadi ancaman dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan, dapat memungkinkan menentukan ciri-ciri keseluruhan dari situasi yang ada. Terdapat empat kemungkinan diantaranya yaitu, bisnis yang ideal yaitu usaha yang peluangnya tinggi dan ancaman yang akan dihadapi rendahatau bahkan tidak ada. Bisnis spekulatif memiliki peluang maupun ancaman yang tinggi. Bisnis yang matang mempunyai peluang dan ancaman yang rendah. Bisnis yang kacau adalah yang mempunyai peluang rendah dan ancaman yang sangat tinggi. (Freddy, 2009)

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, dimana setiap perusahaan harus bisa memaksimalkan setiap kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) dan bisa meminimalkan kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threats*). Pendekatan ini mencoba menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal organisasi yang ada. Pendekatan ini menganjurkan bahwa isu pertama organisasi harus dianalisis secara hati-hati dan cermat. Formulasi strategi harus diarahkan kepada berbagai organisasi yang penting dan mendesak untuk segera diselesaikan. Analisis ini sangat membantu di dalam merumuskan kebijakan-kebijakan yang sifatnya strategi bagi perusahaan. Kekuatan adalah kondisi suatu perusahaan yang mampu untuk melakukan semua tugasnya secara baik dikarenakan semua sarana dan prasarana sangat mencukupi (umumnya di atas rata-rata industri). (Freddy, 2009)

Kelemahan adalah sebagai dari analisis lingkungan internal perusahaan yang membantu manajemen untuk membantu adanya kelemahan-kelemahan penyimpangan yang membuat posisi perusahaan tidak menguntungkan sehingga mempengaruhi tingkat kemampuan bersaing dengan para pesaing dalam industri manufaktur. Peluang adalah bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang membantu manajemen dalam mencari dan mengetahui yang menjadi peluang dan kesempatan bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya sehingga perusahaan tersebut dapat meraih pangsa pasar dengan keuntungan yang lebih besar. Ancaman adalah bagian dari analisis lingkungan eksternal perusahaan yang membantu manajemen untuk mengetahui tantangan yang telah dihadapi perusahaan yang timbul karena adanya suatu kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan di luar perusahaan. (Freddy, 2009)

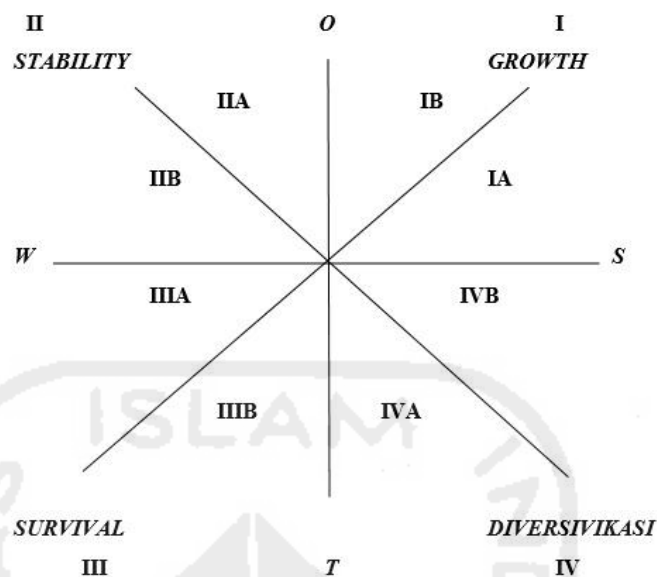
Analisis SWOT merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi lingkungan *internal* dan *eksternal* yang dihadapi perusahaan dalam menghadapi persaingan guna meraih pasar potensial. Adapun lingkungan internal meliputi analisis perusahaan dalam menilai atau mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan lingkungan eksternal merupakan

suatu kekuatan yang berada di luar perusahaan dimana perusahaan tidak mempunyai pengaruh sama sekali terhadapnya sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada perusahaan akan mempengaruhi kinerja produk. Dalam bukunya, Freddy Rangkuti (2002) mengatakan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*Strategic Planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. (Freddy, 2002)

4. Pilihan Alternatif Strategi

Freddy (1997:18) bahwa apabila kita telah mengenal kekuatan dan kelemahan diri sendiri, dan mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, sudah dapat dipastikan bahwa kita akan memenangkan pertempuran. Dalam perkembangannya saat ini analisis SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak dipakai untuk menyusun perencanaan strategi bisnis yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan, berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing. Lebih lanjut dijelaskan analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang menghasilkan pilihan strategi. (Freddy, 1997)



Gambar 2.2 Pilihan Alternatif Strategi

1. Posisi pada kuadran I: Faktor eksternal dan internal positif, yang berarti bahwa lingkungan yang dihadapi secara berpeluang lebih besar ancamannya, sedangkan kekuatannya lebih unggul dengan kelemahannya. Oleh karenanya suatu lembaga atau institusi memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi prestasi kinerja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan suatu lembaga atau institusi dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan peluang yang ada. Arah kebijakan tersebut merupakan dasar dari kebijakan dalam kondisi growth strategy dan arah kebijakan itu sendiri dapat dibedakan dengan melihat posisi sub kuadrannya. Jika pada kuadran IA, berarti pertumbuhan peran yang dilaksanakan dapat dilakukan dengan cepat (*rapid growth*), dan jika pada kuadran IB maka pertumbuhan peran perlu dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas (*stable growth strategy*). Dapat dikatakan juga bahwa kuadran I, merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, sehingga strategi yang harus diterapkan dalam pertumbuhan yang agresif.

2. Posisi pada kuadran II: Faktor eksternal positif tetapi internal, posisi ini menunjukkan bahwa peluang yang dihadapi masih lebih besar ancaman yang ada. Sedangkan di posisi internal, kekuatan atau keunggulan yang dimiliki lebih kecil kelemahannya. Sehingga arah kebijakan yang harus dipilih adalah faktor internal, hal ini berarti bahwa posisi yang dihadapi dalam kondisi lemah, dimana kekuatan atau keunggulan internal cenderung lebih besar. Oleh karenanya, arah kebijakan yang perlu ditempuh adalah bertahan untuk hidup dalam arti bahwa pelaksanaan kegiatan tetap dilaksanakan sesuai dengan aturan yang ada dan berusaha menghindari diri dari kebijakan-kebijakan yang tidak menurut masyarakat atau customers (kuadran IIIA), sambil melakukan pembenahan internal dan mencari peluang yang memungkinkan untuk perbaikan atas kelemahan-kelemahan internal mempertahankan peran yang telah ada dan berlangsung saat ini secara agresif atau selektif di dalam melaksanakan program kerja yang memang memungkinkan. Pada kondisi ini arah kebijakan dasar yang harus dilaksanakan adalah menjaga stabilitas terhadap kegiatan yang telah ada dan telah berlangsung. Jika pada kuadran IIA, maka kebijakan yang harus dipilih adalah mempertahankan peran secara agresif (*aggressive maintenance*), jika pada kuadran IIB maka kebijakannya adalah mempertahankan peran secara selektif. Maksudnya adalah meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Sehingga strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam jangka panjang dapat menggunakan cara strategi pasar.
3. Posisi pada kuadran III: Faktor eksternal dan internal sama-sama, kondisi ini memberikan arti bahwa perusahaan tidak lagi memiliki keunggulan bersaing, dan pasar juga tidak lagi menyediakan peluang bisnis. Yang terlihat hanya kelemahan dan ancaman. Sekalipun demikian, tidak berarti bahwa perusahaan tidak harus serta merta keluar dari pasar. Perusahaan masih memiliki kesempatan untuk memilih strategi mempertahankan hidup (*survival strategy*). Jika pada kuadran IIIA ini ancaman yang dari lingkungan bisnis secara tidak lebih besar dengan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Karena

demikian, intens kelemahan yang dimiliki, maka perusahaan diharuskan memilih strategi penyehatan (*turn strategy*) perusahaan berusaha dapat terus bertahan hidup sembari berusaha terus melakukan penyehatan serta berharap pada perbaikan lingkungan bisnis. Jika pada kuadran IIIB, kelemahan perusahaan tidak seburuk pada kuadran IIIA dan oleh karena itu sesungguhnya perusahaan dalam batas-batas tertentu masih mungkin melakukan. Akan tetapi di sisi lain, lingkungan bisnis yang dihadapi amat buruk, lebih buruk kuadran IIIA. Strategi yang diharapkan akan dilakukan adalah strategi gerilya (*guirella strategy*) yakni perusahaan mencari terobosan baru secara lebih dengan memanfaatkan keunggulan bersaing yang masih dimiliki untuk mengeksplorasi sisa-sisa peluang pasar yang mungkin masih tersedia. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, perusahaan juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Sehingga yang menjadi fokus dari perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik.

4. Posisi pada kuadran IV: Faktor eksternal internal positif, kondisi ini memberikan arti bahwa peluang yang ada lebih kecil besarnya ancaman. Namun di sisi internal kekuatan atau keunggulan yang dimiliki masih lebih besar kelemahannya, sehingga yang harus dipilih adalah melaksanakan kebijakan diversifikasi. Dalam hal ini arah kebijakan tersebut diantaranya dapat melaksanakan dapat dilaksanakan dengan diversifikasi yang terkonsentrasi kepada kebijakan populis (*diversification strategy*), dan merupakan prioritas, sambil melaksanakan perbaikan internal yang masih lemah atau kuadran IVA. Arah kebijakan ini perlu dilaksanakan untuk persiapan melakukan diversifikasi secara luas ke berbagai kegiatan yang memberi peluang perbaikan peran suatu lembaga atau institusi (*conglomerate diversification strategy*) atau kuadran IVB. Ini juga merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Maka dalam penelitian ini penulis akan melakukan analisis SWOT pada Galeri Investasi Syariah (GIS) BEI FIAI UII dengan menggunakan pendekatan model matriks SWOT. Dengan adanya analisis SWOT ini, maka pengelola GIS FIAI UII dapat mengetahui factor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman yang selalu ada. Selain itu juga dapat mendeteksi keunggulan yang menjadi sumber kekuatan GIS FIAI UII tersebut serta kelemahan yang masih dimiliki.

5. Pengertian Strategi

Fungsi strategi adalah agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Konsep mengenai strategi terus berkembang sesuai dengan keadaan zaman yang selalu berkembang. Menurut Learned, Christensen, Andrews, dan Guth dalam buku Freddy Rangkuti (2002) strategi adalah alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu salah satu dari fokus dari strategi adalah memutuskan bisnis tersebut harus ada atau tidak ada. Selain itu, menurut Porter dalam buku Freddy Rangkuti (2002) strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

Defenisi strategi menurut Chandler dalam buku Freddy Rangkuti (2002) mengatakan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi sumber daya yang sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah:

- a. *Distinctive Competence* adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage* adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. (Rangkuti F., 2009)

5. Tipe-tipe Strategi

Menurut Freddy Rangkuti (2002) pada prinsipnya strategi dikelompokkan kedalam tiga tipe strategi, yaitu:

a. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya: strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.

b. Strategi Investasi

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

c. Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini juga sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya: strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan. (Freddy, 2002)

6. Manajemen Strategi

Menurut Erizal (2010) manajemen strategi (*strategic management*) adalah seperangkat keputusan dan tindakan yang digunakan untuk menformulasikan dan mengimplementasikan strategi-strategi yang berdaya saing tinggi dan yang sesuai dengan perusahaan dan lingkungannya untuk mencapai tujuan dan sasaran.

Adapun beberapa pendapat pakar mengenai manajemen strategi. (Erizal, 2010)

a. Fred R David

Manajemen strategis adalah suatu ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

b. Husein Umar

Manajemen Strategis adalah suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya di masa yang akan datang.

c. Lawrence R Jauch dan willim G Gluech

Manajemen strategis adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.

d. Wheelan dan Hunger

Manajemen strategis adalah suatu kesatuan rangkaian keputusan dan tindakan yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Tercakup di dalamnya mengenali dan menganalisa lingkungan, memformulasi strategi, mengimplementasikan strategi dan melakukan evaluasi dan pengendalian. (Prasetya, 2012)

7. Galeri Invstasi Syariah

Dalam Islam, kepemilikan terhadap harta kekayaan merupakan hal yang paling mendasar bagi setiap manusia. (Jusmaliani, 2008). Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Salah satunya melalui kegiatan investasi. Kata investasi merupakan kata adopsi dari Inggris, yaitu *investmen*. Kata *invest* sebagai kata dasar dari *investmen* yang memiliki arti menanam. Dalam *Webster's new collegiate dictionary*, kata *invest* didefinisikan sebagai *to make use of for future benefits or advantages and commit (money) in order to earn a financial return*. Kemudian kata *insvestment* diartikan sebagai *the outly of money use for income or profit*.

Kata investasi dalam kalimat tersebut merupakan kata adopsi dari Inggris, yaitu *investment*. Dalam kamus istilah pasar modal keuangan investasi diartikan sebagai penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan. (Jusmaliani, 2008)

Sedangkan dalam Arab, *istismar*, berarti investasi, berasal dari kata *istismar* yang artinya menjadikan berbuah (berkembang) dan bertambah jumlahnya.

Istismar artinya menjadikan harta berubah (berkembang) dan bertambah jumlahnya. Investasi adalah merupakan bagian penting dalam perekonomian. Investasi adalah kegiatan usaha yang mengandung risiko karena berhadapan dengan unsur ketidakpastian. Dengan demikian, perolehan kembalinya (*return*) tidak pasti dan tidak tetap. Investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan dimasa yang akan. Pendapat lain menyebutkan bahwa investasi diartikan sebagai komitmen atas sejumlah sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan dimasa yang akan datang. (Indah, 2010)

Menurut Huda investasi dibedakan menjadi dua, yaitu investasi pada *financial asset* dan investasi pada *real asset*. Investasi pada *financial asset* dilakukan pada pasar uang, misalnya berupa sertifikat deposito, *commercial paper*, surat berharga pasar uang (SPBU), dan lainnya. Investasi juga dapat dilakukan di pasar modal, misalnya berupa saham, obligasi, *warrant*, opsi dan lainnya. Sedangkan investasi pada *real asset* dapat dilakukan dengan pembelian *asset* produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, perkebunan, dan lainnya. (Huda & Nasution, 2008)

Menurut Indah Yuliana (2010), investasi adalah kegiatan usaha yang mengandung risiko karena berhadapan dengan unsur ketidakpastian. Dengan demikian, perolehan kembalinya (*return*) tidak pasti dan tidak tetap. Investasi adalah setiap penggunaan uang dengan maksud untuk memperoleh penghasilan. Pada informasi yang lain menyebutkan bahwa investasi adalah suatu kata dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi. Kata tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Berdasarkan teori ekonomi, investasi berarti pembelian (dan berarti juga produksi) dari modal barang-barang yang tidak dikonsumsi tetapi digunakan untuk produksi yang akan (barang produksi). (Indah, 2010)

Sedangkan tujuan investasi adalah mendapatkan sejumlah pendapatan keuntungan. Dalam konteks perekonomian, ada beberapa motif mengapa seseorang melakukan investasi, lain adalah:

- a. Untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak di masa yang akan datang. Kebutuhan untuk mendapatkan hidup yang layak merupakan keinginan setiap manusia, sehingga upaya-upaya untuk mencapai hal tersebut di masa depan selalu akan dilakukan.
- b. Mengurangi tekanan inflasi. Faktor inflasi tidak pernah dapat dihindarkan dalam kehidupan ekonomi, yang dapat dilakukan adalah meminimalkan risiko akibat adanya inflasi, hal demikian karena inflasi dapat mengoreksi seluruh pendapatan yang ada. Investasi dalam sebuah bisnis tertentu dapat dikategorikan sebagai langkah mitigasi yang efektif.
- c. Sebagai usaha untuk menghemat pajak. Dibeberapa belahan dunia banyak melakukan kebijakan yang bersifat mendorong tumbuhnya investasi dimasyarakat melalui pemberian fasilitas perpajakan kepada masyarakat yang melakukan investasi pada usaha tertentu. (Huda & Nasution, 2008)

Adapun dasar yang digunakan dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi, berikut penjelasannya (Indah, 2010):

- a. *Rerturn*. Alasan utama orang berinvestasi adalah memperoleh keuntungan. Dalam manajemen investasi tingkat keuntungan investasi disebut *return*. Suatu hal yang sangat wajar jika investor menuntut tingkat *return* tertentu atas dana yang dilakukanya merupakan kompensasi biaya kesempatan (*opportunity cost*) dan risiko penurunan daya beli akibat adanya pengaruh inflasi. Dalam berinvestasi perlu dibedakan return yang diharapkan (*expected return*) dan return yang terjadi (*realized return*). *Return* yang diharapkan merupakan tingkat *return* yang diantisipasi investor dimasa. Sedangkan *return* yang terjadi atau *return* merupakan *return* yang telah diperoleh investor di masa lalu, sehingga dalam berinvestasi, disamping memperhatikan tingkat *return*, investasi harus mempertimbangkan tingkat risiko suatu investasi.
- b. *Risk*. Korelasi langsung pengembalian dengan risiko, yaitu: semakin tinggi semakin tinggi pengembalian. Oleh karena itu investor harus menjaga tingkat risiko dengan pengembalian yang seimbang.

- c. *The time factor*. Jangka waktu adalah hal penting dari defenisi investasi. Investor dapat menanamkan modalnya pada jangka pendek, jangka menengah, jangka panjang. Pemilihan jangka waktu investasi sebenarnya merupakan suatu hal penting yang menunjukkan ekspektasi atau harapan dari investor. Investor selalu menyeleksi jangka waktu dan pengembalian yang memenuhi ekspektasi dari pertimbangan pengembalian dan risiko.

Untuk mencapai tujuan investasi, investasi membutuhkan suatu proses dalam pengambilan keputusan sehingga keputusan tersebut sudah mempertimbangkan ekspektasi *return* yang didapatkan dan juga risiko yang dihadapi. Pada dasarnya ada beberapa tahapan dalam pengambilan keputusan investasi lain (Huda & Nasution, 2008):

- a. Menentukan kebijakan investasi, pada tahapan ini investor menentukan tujuan investasi dan kemampuan/kekayaanya yang dapat diinvestasikan.
- b. Analisis sekuritas, pada tahapan ini berarti melakukan analisis sekuritas yang meliputi penilaian terhadap sekuritas secara individual atau beberapa kelompok sekuritas.
- c. Pembentukan portofolio, pada tahapan ini yaitu membentuk portofolio yang melibatkan identifikasi khusus mana yang akan diinvestasikan dan juga menentukan seberapa besar investasi pada tiap tersebut.
- d. Melakukan revisi portofolio, pada tahapan ini mengubah dan membentuk portofolio yang baru yang lebih optimal.
- e. Evaluasi kinerja portofolio yaitu investor melakukan penilaian terhadap kinerja portofolio secara detail dalam arti tidak hanya *return* yang diperhatikan tetapi juga risiko yang di hadapi, jadi membutuhkan ukuran yang tepat tentang return dan risiko juga standar yang relevan. (Huda & Nasution, 2008)

Kegiatan pasar modal di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No.8 tahun 1995 (UUPM). Pasal 1 butir 13 Undang-Undang No. 8 tahun1995 menyatakan bahwa pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum

dan perdagangan efek, perusahaan yang berkaitan dengan efek yang diterbitkan, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Sedangkan efek dalam UUPM pasal 1 butir 5 dinyatakan sebagai surat berharga, yaitu surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham obligasi, tanda bukti utang, unit penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak kegiatan berjangka atas efek, dan setiap efek. Di Indonesia, perkembangan investasi syariah di pasar modal sudah terjadi sejak tahun 1997. Diawali dengan lahirnya reksadana syariah yang diprakarsai dana reksa.

Selanjutnya, PT Bursa Efek Jakarta (BEJ) bersama dengan PT Dana Reksa *management* (DIM) meluncurkan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang mencakup 30 jenis saham dari emiten-emiten yang kegiatan usahanya memenuhi ketentuan tentang investasi syariah. Penentuan kriteria dari komponen JII tersebut disusun berdasarkan persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah DIM. Sesuai dengan pedoman yang ditetapkan dalam penentuan kriteria saham-saham emiten yang menjadi komponen daripada *Jakarta Islamic Index* tersebut adalah (Huda & Nasution, 2008):

- a. Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sudah tercatat lebih dari 3 (tiga) bulan (kecuali bila termasuk didalam saham-saham 10 berkapitalisasi besar).
- b. Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahunan berakhir yang memiliki kewajiban terhadap aktiva maksimal sebesar 90% (sembilan puluh persen).
- c. Memilih 60 (enam puluh) saham dari susunan diatas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar (*market capitalization*) terbesar selama satu tahun terakhir.
- d. Memilih 30 (tiga puluh) saham dengan urutan berdasarkan tingkat liquiditas rata-rata nilai perdagangan selama satu tahun terakhir.

Dalam kerangka kegiatan pasar modal syariah ada beberapa lembaga penting yang secara langsung terlibat dalam kegiatan pengawasan dan perdagangan, yaitu: Bapepem, Dewan Syariah Nasional (DSN), Bursa Efek, Perusahaan Efek, Emiten,

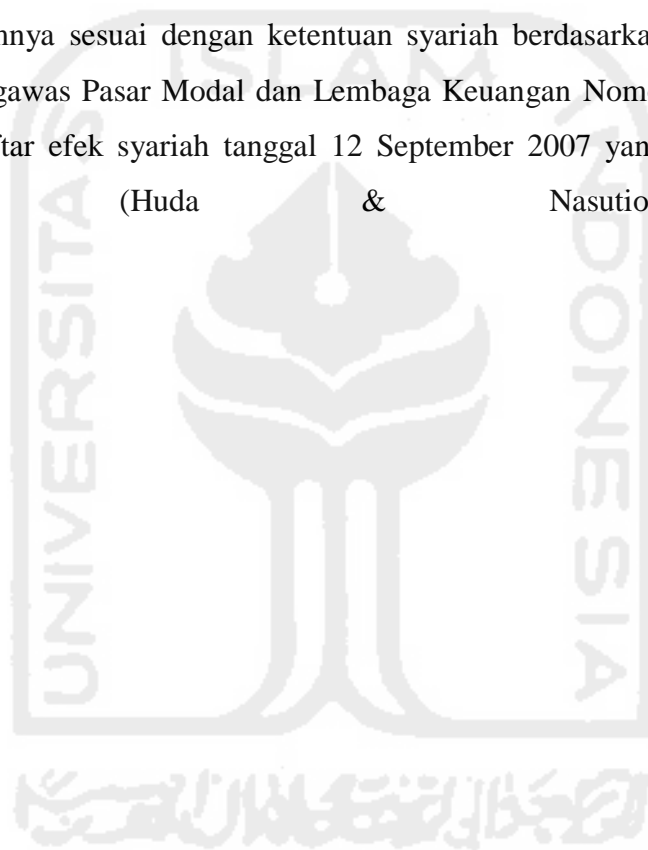
profesi dan lembaga penunjang pasar modal serta pihak terkait lainnya. Khusus untuk kegiatan pengawasan akan dilakukan secara bersama oleh Bapepem dan DSN. Dewan Syariah Nasional dalam hal ini akan berfungsi sebagai pusat referensi (*reference center*) atas semua aspek-aspek syariah yang ada dalam kegiatan pasar modal syariah. DSN akan bertugas memberikan fatwa-fatwa sehubungan dengan kegiatan emisi, perdagangan, pengelolaan portofolio efek-efek syariah, dan kegiatan lain yang berhubungan dengan efek syariah. DSN mempunyai kewenangan penuh untuk memberikan keputusan tentang berhak tidaknya sebuah efek menyangkut label syariah. (Huda & Nasution, 2008)

Kewenangan penuh juga dimiliki DSN dalam hal pengawasan kegiatan emisi, perdagangan, pengelolaan portofolio efek-efek syariah dan kegiatan lain yang berhubungan dengan efek-efek syariah. Dalam perkembangannya kemudian Bapepem LK pada bulan November 2006 mengeluarkan Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor Kep. 130/BI/2006 tentang Penerbitan Efek Syariah yang dituangkan dalam peraturan Nomor IX.A.13 yang berisi faktor lain tentang ketentuan-ketentuan untuk menerbitkan efek syariah. (Huda & Nasution, 2008) Dalam kegiatan investasi terdapat hal yang sangat penting yaitu saham. Saham merupakan surat bukti kepemilikan atas sebuah perusahaan yang melakukan penawaran umum (*go public*) dalam nominal ataupun presentase tertentu. Menurut Subagyo (1997), saham merupakan tanda penyertaan modal pada suatu Perseroan Terbatas (PT).

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Alma (1997), yang mendefinisikan saham sebagai surat keterangan tanda turut serta dalam perseroan. Para pemegang andil merupakan pemilik perusahaan yang menikmati keuntungan perusahaan sebanding dengan modal yang disetorkannya. Selain deviden yang dapat diperoleh dari para pemegang saham, nilai keuntungan yang merupakan selisih positif harga beli dan harga jual saham juga merupakan benefit selanjutnya yang dapat dinikmati oleh para pemegang saham. Selain manfaat yang bersifat finansial, para pemegang saham (*stock holder*) juga memiliki benefit yang bersifat nonfinansial, yaitu hak suara dalam aktifitas perusahaan. Pada umumnya saham yang diterbitkan oleh sebuah perusahaan (*emiten*) yang melakukan penawaran umum

(*Initial Public Offering*) ada 2 (dua) macam, yaitu saham biasa (*common stock*) dan saham istimewa (*Preferred stock*). Perbedaan saham ini berdasarkan pada hak yang melekat pada saham tersebut.

Hak tersebut meliputi menerima dividen, dan memperoleh bagian kekayaan jika perusahaan dilikuidasi setelah dikurangi semua kewajiban-kewajiban perusahaan. Dalam perkembangannya mulai tahun 2007 Bapepem Lembaga Keuangan sudah mengeluarkan Daftar Efek Syariah yang berisi emiten-emiten yang sahamnya sesuai dengan ketentuan syariah berdasarkan Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor Kep-325/BI/2007 tentang daftar efek syariah tanggal 12 September 2007 yang berisi 174 saham Syariah. (Huda & Nasution, 2008)



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Di dalam penyusunan skripsi ini, yang akan menjadi objek studi penelitian adalah Galeri Investasi Syariah (GIS) FIAI UII. Galeri Investasi Syari'ah (GIS) Bursa Efek Indonesia FIAI UII, adalah salah satu perusahaan/lembaga yang bergerak pada saham syari'ah BEI (3 in 1) pertama di Indonesia yang berlokasi di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia tepatnya di Gedung K.H.A. Wahid Hasyim, Kampus terpadu, Jl. Kaliurang Km.14.5 Yogyakarta.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Karena penelitian ini menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana mestinya. (Wiyoto, 2007) Disamping itu Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis. Penelitian ini akan menggambarkan atau memaparkan analisis SWOT prospek dan strategi pengembangan GIS FIAI UII, Penelitian yang didukung melalui pengumpulan data melalui teknik wawancara (*interview*) dan pengamatan (*observasi*).

C. Sumber Data

Informasi atau data dapat dibedakan berdasarkan sumbernya, yaitu data primer, sebagai data yang diambil dari tangan pertama dan data sekunder, sebagai data yang di ambil dari tangan kedua, ketiga, dan seterusnya. Dalam kajian ini, penulis mempunyai dua bagian sumber data, yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari perusahaan dengan cara wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari kajian perpustakaan atau data yang bukan

dusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti sendiri. (Muhammad, 2009)

1. Data Primer Data primer yaitu jenis data penelitian berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian. Sumber data dari jenis data primer untuk penelitian adalah hasil wawancara secara langsung dengan pihak terkait yang menangani dan bersangkutan dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti.
2. Data Sekunder Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dengan adanya perantara, berupa bukti, catatan, atau laporan historis baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Sumber data diproses dan diperoleh secara langsung dari GIS FIAI UII seperti:
 - a. Gambaran umum obyek penelitian
 - b. Struktur organisasi
 - c. Fungsi perusahaan
 - d. Jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti

D. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan faktor yang dilaporkan peneliti dengan yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi: uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Sugiyono, 2009, P. 112.):

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas yang dalam penelitian kuantitatif biasa disebut dengan validitas internal adalah uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dikatakan kredibel/valid apabila tidak ada perbedaan yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi.

2. Uji Depenability

Depenability dalam penelitian kuantitatif disebut dengan reliabilitas, yaitu kemampuan proses penelitian untuk diulangi/direplikasi oleh peneliti

lain (Sugiyono, 2009, P. 131.). Dalam penelitian kualitatif, dilakukan dengan melihat keseluruhan proses penelitian. Caranya dilakukan oleh pembimbing untuk melihat keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Dimulai dari bagaimana peneliti mulai menentukan masalah/focus, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai membuat suatu kesimpulan.

3. Triangulasi Data

Triangulasi merupakan pendekatan multi metode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika dilihat dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Maka triangulasi adalah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin perbedaan yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Pengamatan (Observasi)

Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Peneliti nantinya akan melakukan observasi terhadap prospek dan strategi pengembangan Galeri Investasi Syariah (GIS) Bursa Efek Indonesia FIAI UII.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi yang sangat menentukan dalam proses penelitian. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Boedi Abdullah, 2014). Dengan menggunakan wawancara terstruktur dimana

penulis menyiapkan daftar pertanyaan sebelum wawancara guna menjadi acuan bagi pertanyaan yang akan dikemukakan. Dalam wawancara ini, penulis akan mewawancarai pegawai yang bekerja pada perusahaan Galeri Investasi Syariah (GIS) Bursa Efek Indonesia FIAI UII yaitu ibu Toelasmu dan Mustika serta Kaprodi Ekonomi Islam, Sekretaris Prodi Ekonomi Islam, Dekan FIAI UII, Wakil Dekan FIAI UII, dan pengurus FKEI. Pengamatan telah dilakukan sebelum membuat proposal penelitian dengan cara mendatangi objek penelitian dan melakukan pencatatan sebagai penelitian pendahuluan yang tujuannya untuk validasi dalam mengajukan proposal penelitian.

3. Kajian Pustaka

Dalam hal ini, penulis akan mencari literatur atau materi-materi yang terkait dengan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) serta strategi pengembangan dalam suatu perusahaan.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik mengumpulkan data melalui bahan-bahan tertulis berupa struktur organisasi, serta dokumen-dokumen tentang pendapat dan teori yang berhubungan dengan masalah penelitian.

F. Metode Analisis Data

Analisis data yaitu melalui cara memeriksa dan meneliti data-data untuk menjamin kebenarannya, mengkategorikan dan mengelompokkan data tersebut untuk dibandingkan dengan teori-teori yang ada. Dalam menganalisis data digunakan analisa SWOT, dimana SWOT merupakan singkatan dari *Strengths*, *Weakneses*, *Opportunity*, *Threats*. Dimana *Strengths* dan *Weakneses* merupakan faktor lingkungan internal dari Galeri Investasi Syari'ah FIAI UII, sedangkan *Opportunity* dan *Threats* merupakan faktor lingkungan eksternal dari GIS FIAI UII. *Strengths* (kekuatan) adalah kompetensi khusus yang dimiliki oleh GIS FIAI UII, sehingga merupakan keunggulan komparatif nya.

Weakneses (kelemahan) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi

penampilan kinerja GIS FIAI UII. *Opportunity* (peluang) adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi perusahaan Galeri Investasi Syari'ah (GIS) FIAI UII. *Threats* (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi GIS FIAI UII itu sendiri. (Yenida, 2012)

Penelitian dapat menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari lingkungan *internal Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan *eksternal Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dalam dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*). Prosedur yang dilakukan dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Analisis lingkungan internal

Pada penelitian ini analisis lingkungan internal dilakukan dengan cara menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan biasanya sering disingkat S dari perusahaan/organisasi dan andal untuk didayagunakan agar organisasi/perusahaan dapat tumbuh dan berkembang serta menang bersaing. Semakin mampu mengkuantifikasi kekuatan yang ada. Selanjutnya menentukan *Weaknesses* (Kelemahan) disingkat W adalah kelemahan-kelemahan yg dimiliki dan ada dlm Organisasi/Perusahaan, yang menjadikan organisasi atau perusahaan sukar/tidak dapat tumbuh dan berkembang dan tidak mampu bersaing.

2. Analisis lingkungan eksternal.

Untuk mengetahui faktor-faktor eksternal disuatu perusahaan atau organisasi maka dilakukan yaitu menentukan faktor-faktor yang menjadi O = *Opportunities* (Peluang), dalam arti sebanyak mungkin peluang yang dapat diraih dan didayagunakan agar program studi dapat tumbuh dan berkembang dan mampu mengalahkan pesaing-pesaingnya. Kemudian menentukan faktor-faktor *Threats* (Ancaman) yang mana ancaman-ancaman terhadap keberlangsungan organisasi atau perusahaan dalam menghadapi persaingan-

persaingan. Jika organisasi atau perusahaan tidak memahami & menyadarinya untuk segera diatasi atau diantisipasi, maka kehidupan, kemampu-tumbuhan, kemampuan bersaing organisasi atau perusahaan bisa hancur. (Rangkuti F. , 2009)

3. Merumuskan Alternatif Strategi Berdasarkan analisis SWOT.

Alat yang digunakan dalam penyusunan faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakneses*). Analisis ini merupakan model untuk merumuskan alternatif strategi dari data eksternal dan internal organisasi. Alternatif strategi tersebut ialah strategi kekuatan-peluang (strategi SO) strategi kelemahan-peluang (strategi WO), strategi kelemahan ancaman (strategi WT) dan strategi kekuatan ancaman (strategi ST). Yang tersusun dalam sebuah matrik yang disebut matrik SWOT. Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti pada Tabel berikut: (Yenida, 2012)

Tabel 3.1 Matrik SWOT

EFAS	STRENGTH (S) (Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal)	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 Faktor kelemahan internal
IFAS		
OPPORTUNITIES (O) (Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal)	Strategi SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada
THREATS (T) (Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal)	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Berdasarkan Matriks SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut :

- a. Strategi SO : adalah strategi untuk mengarahkan segala kekuatan organisasi dalam meraih keuntungan dari peluang yang terjadi di eksternal organisasi (strategi Agresif). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan pemanfaatan peluang yang sebesar-besarnya.
- b. Strategi WO : adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang eksternal (strategi Turn Around). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
- c. Strategi WT : adalah strategi meminimalkan kelemahan internal agar terhindar dari ancaman eksternal (strategi defensif). Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.
- d. Strategi ST : strategis ini diterapkan dengan mengerahkan seluruh kekuatan internal yang ada untuk mengatasi ancaman eksternal yang ada (Strategi Diversifikasi eksternal). Matrik SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi: Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strengths-Threats*), dan Strategi WT

(*Weaknesses-Threats*). Strategi ini merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

Data yang diperoleh akan dianalisa secara deskriptif kualitatif, dimana sebagian data kualitatif yang akan diperoleh akan diangkakan sekedar untuk mempermudah penggabungan dua atau lebih data variabel kemudian setelah didapat hasil akhir akan dikualitatifkan kembali. Dalam penelitian ini perangkat analisis data yang akan digunakan adalah dengan menggunakan analisis SWOT (*strenghts, weaknesses, opportunities, dan threats*), terutama untuk mengetahui strategi pengembangan pada GIS FIAI UII.

Menurut Pearce dan Robinson (1997), SWOT adalah singkatan dari Kekuatan (*strenghts*) dan Kelemahan (*weaknesses*) intern perusahaan serta Peluang (*Oppotunities*) dan Ancaman (*Treats*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor ini dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan strategi yang berhasil. Pearce dan Robinson (1997), analisis lingkungan industri menyajikan informasi yang dibutuhkan untuk mengidentifikasikan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan, fokus mendasar pertama dalam analisis SWOT mendasarkan pada landasan teori, penelitian ini untuk penentuan peluang dan ancaman pada GIS FIAI UII dirumuskan sebagai berikut:

1. Peluang

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi GIS FIAI UII.

2. Ancaman

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan oleh GIS FIAI UII. Dengan adanya pengembangan, meningkatnya kekuatan tawar-menawar, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan GIS FIAI UII. Memahami peluang dan ancaman utama yang dihadapi GIS FIAI UII membantu para pengambil keputusan pada GIS FIAI UII untuk mengidentifikasi pilihan-pilihan strategi yang realistis dan cocok serta menentukan yang paling efektif bagi GIS FIAI UII. Menurut Pearce dan Robinson (1997) mendasar kedua dalam analisis SWOT yaitu identifikasi kekuatan dan kelemahan intern. Berdasarkan kajian teoritis tersebut, untuk kekuatan dan kelemahan GIS FIAI UII yaitu sebagai berikut:

3. Kekuatan

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain faktor terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus (distinctive competence) yang memberikan keunggulan komparatif bagi GIS FIAI UII. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, dan faktor-faktor lain.

4. Kelemahan

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan GIS FIAI UII.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian (GIS FIAI UII)

1. Sejarah GIS FIAI UII

Laboratorium pasar modal galeri investasi syariah (GIS) FIAI UII merupakan sarana untuk peningkatan mutu pembelajaran yang lebih baik, yang mana GIS FIAI UII sebagai wadah dan sekaligus sarana dan prasarana belajar dan memulai untuk melakukan investasi saham. Dalam mencapai pembelajaran yang baik melalui sarana dan prasarana yang memadai untuk mencapai kompetensi lulusan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam kurikulum.

Pada tanggal 16 April 2013 dosen PSEI (program Studi Ekonomi Islam) mengadakan rapat yang dipimpin oleh ketua program studi yang saat itu yakni Nur Kholis, SEL., M.Sh.Ec., dimusyawarahkan mengenai kebutuhan adanya laboratorium pasar modal sebagai media pembelajaran pasar modal bagi mahasiswa. Dalam rapat disepakati bahwa PSEI bekerjasama dengan PT Phintraco Securities untuk menyediakan fasilitas berupa Galeri Investasi Syariah atau disingkat GIS FIAI UII yang berfungsi sebagai media pembelajaran yang perlu diprioritaskan keberadaannya.

GIS FIAI beroperasi sejak ditandatanganinya MoU (*memorandum of understanding*) dua pihak Fakultas Ilmu Agama Islam sebagai pihak pertama dan PT. Phintraco Securities sebagai pihak kedua tepatnya pada hari Jum'at tanggal 27 September 2013 bertempat di Ruang Sidang II Gd. K.H. A. Wachid Hasjim FIAI UII. MoU (*memorandum of understanding*) tersebut ditandatangani oleh Dekan FIAI Periode 2010/2015 yaitu Dr.Drs. Dadan Muttaqien, SH., M.Hum, sebagai pihak pertama dan Bapak Jeffry Hendrik sebagai pihak kedua, yang disaksikan oleh wakil BEI kantor perwakilan Yogyakarta.

Dengan adanya GIS FIAI UII yang bertempat dilingkungan kampus diharapkan mampu menarik minat civitas akademik UII untuk berinvestasi di

pasar modal syariah. GIS FIAI UII mendapat dukungan dari PT. Bursa Efek Indonesia melalui kantor perwakilannya di Yogyakarta. Dukungan diwujudkan dengan memberikan persetujuan untuk mendirikan dan meresmikan Galeri Investasi Syariah Bursa Efek Indonesia (3 in 1) pertama di Indonesia yang berlokasi di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Pada hari senin 7 Desember 2015, GIS BEI telah resmi dibuka untuk umum.

Acara peresmian langsung dilakukan langsung oleh Rektor UII Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc. Direktur Pengembangan PT BEI Nicky Hogan dan Direktur Utama PT. Phintraco Securities, Jefri Hendrik. Acara peresmian juga dihadiri oleh Kanny Hidayat, SE, MA Wakil Sekjen DSN MUI pusat. (Tulasmi, 2016)

2. Tujuan dan Fungsi GIS FIAI UII

Fungsi dan tujuan dari GIS FIAI UII menjadi sesuatu hal yang tidak bisa ditawar ataupun di perkirakan, artinya keberadaan GIS FIAI UII ini benar-benar menjadi suatu lab pengelola saham dan sebagai perantara dari Phintraco Securities dan Bursa Efek Indonesia dalam melakukan kegiatan investasi dibidang saham. Dalam mencapai tujuan dari suatu perusahaan atau organisasi perlu adanya tujuan dan fungsi yang jelas, seperti halnya pada GIS FIAI UII yang sebagai laboratorium pasar modal yang menjadi perantara dalam melakukan kegiatan investasi saham dilingkungan Universitas Islam Indonesia, dan bekerjasama dengan Phintraco Securities dan Bursa Efek Indonesia (BEI) Yogyakarta. Adapun tujuan dan fungsi berdirinya GIS FIAI UII adalah:

- a. Mendukung pembelajaran terutama dalam bidang pasar modal syariah;
- b. Sebagai laboratorium pembelajaran bagi mahasiswa yang mengambil mata kuliah pasar modal syariah;
- c. Menambah khazanah keilmuan maupun simulasi perdagangan saham;
- d. Sebagai media pembelajaran bagi masyarakat luas yang ingin memahami praktek perdagangan pasar modal syariah.
- e. Mengenalkan pasar modal syariah sejak dini pada dunia akademis;

- f. Memungkinkan civitas akademik tidakhanya mengenal teori, namun juga memahami praktek;
- g. Mendapatkan data publikasi dan bahan cetakan mengenai perkembangan pasar modal yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia termasuk peraturan dan Undang-Undang pasar modal baik syariah maupun non-syariah.
- h. Mengakses informasi data Bursa Efek Indonesia. (Mustika, 2016)

3. Pengelolaan Dan Operasional GIS FIAI UII

Dalam kegiatan operasional dan pengelolaanya GIS FIAI memiliki pengelola yang dengan kegiatan dan tanggungjawab diantaranya yaitu, membuka dan mengelola GIS BEI di Perguruan Tinggi, dengan sarana dan prasarana yang berlokasi di Perguruan Tinggi dengan luas kantor minimal 30 m², fasilitas telepon minimal 1 line (jika diperlukan dapat dilakukan penambahan line), keperluan fisik lainnya (seperti alat tulis kantor dan furniture) demi menunjang aktivitas yang dilaksanakan oleh GIS BEI, memasang papan nama GIS BEI di lingkungan Perguruan Tinggi dengan ukuran standar GIS BEI, Supply listrik dan internet yang memadai, inimal 2 (dua) buah komputer yang ditempatkan di GIS BEI, Biaya-biaya operasional GIS BEI.

Melaporkan kepada pihak terkait, terhadap hasil kegiatan pengembangan pasar modal melalui GIS BEI sesuai waktu yang telah ditentukan, membuat kegiatan sosialisasi pasar modal, membuat rencana kerja tahunan dan dikonsultasikan terlebih dahulu kepada perusahaan sekuritas maupun pimpinan di Perguruan Tinggi, melayani kebutuhan pengunjung GIS BEI terhadap informasi pasar modal, membuka minimal 25 rekening efek baru setiap bulannya, menyediakan buku tamu dan melayani pengunjung GIS BEI yang membutuhkan informasi terkait dengan pasar modal syariah, menjadi mediator untuk kebutuhan informasi para pengunjung jika tidak tersedia di GIS BEI.

Menjadi petugas penghubung (*contact person*) antar pimpinan universitas maupun fakultas dengan perusahaan efek dan data provider, memberikan laporan perkembangan GIS BEI setiap 6 (enam) bulan dan menyampaikannya kepada pihak terkait, bertanggung jawab atas penyelenggaraan dan keamanan GIS BEI setiap harinya, termasuk mengawasi kelengkapan publikasi serta perangkat komputer yang ada di GIS BEI FIAI UII. Dalam kegiatan operasional dari GIS FIAI UII tidak lepas dari peran dari Phintraco Sekuritas dan Bursa Efek Indonesia Yogyakarta. (Tulasmı, 2016)

4. Struktur Organisasi

Karena posisi GIS FIAI UII yang berada dibawah naungan Kaprodi (Ketua Program Studi) Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam UII maka struktur organisasi berada dibawah kaprodi, namun secara tertulis struktur didalam Surat Keputusan (SK) Struktur organisasi yang ada pada GIS FIAI UII yaitu Ketua Tulasmı S.EI. MM dan Sekretaris Mustika SE.I. (Tulasmı, 2016)

5. Persyaratan Membuka Rekening Saham Syariah GIS FIAI UII

- a. Mengisi ceklist form pembukaan rekening saham Galeri Investasi Syariah (GIS) FIAI UII
- b. Mengisi adendum pembukaan rekening efek
- c. Mengisi aplikasi pembukaan rekening tabungan saham syariah individu Bank Syariah Mandiri (BSM)
- d. Mengisi dan menandatangani ketentuan dan syarat pembukaan rekening tabungan saham syariah individu Bank Syariah Mandiri (BSM)
- e. Mengisi data informasi pihak terkait Bank Syariah Mandiri (BSM)
- f. Mengisi dan menandatangani surat persetujuan pemberian informasi data nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM)
- g. Mengisi surat pernyataan NPWP
- h. Mengisi surat pernyataan dan kuasa tabungan saham syariah Bank Syariah (BSM)
- i. Mengisi kartu tanda contoh tanda tangan sebanyak 2 lembar
- j. FC KTP sebanyak 2 lembar.

- k. FC KTM sebanyak 2 lembar (bagi mahasiswa)
- l. FC buku tabungan
- m. Mengisi surat kuasa dari Phintraco Securities.

6. Phintraco Sekuritas

Perusahaan Phintraco Securities didirikan pada tahun 1999, dengan nama yang berbeda dimulai pada tanggal 1 Juli 1999 didirikan perusahaan PT. Aneka artanusa sekurindo, berdasarkan Akta pendirian perseroan yang telah mendapat persetujuan Menteri Kehakiman No: C-17035 HT.01.TH.99 terhitung mulai tanggal 29 September 1999. Berdasarkan keputusan nomor: KEP-08/PM/PPE/2000 memperoleh izin usaha perusahaan efek sebagai perantara pedagang efek dari Badan Pengawas Pasar Modal. Tercatat sebagai anggota Bursa Efek Jakarta dengan surat persetujuan anggota Bursa dengan nomor: SPAB-226/JATS/BEJ.ANG/03-2001 terhitung mulai tanggal 6 maret 2001.

Pada tanggal 1 September 2008 PT. Aneka Arthanusa Sekurindo berganti nama menjadi PT. Phintraco Securities. Untuk meningkatkan dan memperluas jangkauan perusahaan yang bergerak dibidang pasar modal maka dibukalah kantor cabang yang pertama bertempat di Bandung pada tanggal 7 Agustus 2010, kemudian membuka cabang di Medan pada tanggal 19 Maret 2011 dan membuka cabang ddi Solo pada tanggal 25 Mei 2011, bertepatan pada tahun ini juga Phintraco Securities terdaftar pada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. Pada tanggal 21 Maret 2012 membuka kantor cabang di Yogyakarta. Selanjutnya dengan adanya perkembangan zaman berdasarkan SK Menkumham nomor AHU-0019196.AN.01.02 tahun 2016 nama Phintraco Securities telah berubah menjadi Phintraco Sekuritas, sesuai dengan komitmen perusahaan yang terus melakukan pengembangan galeri investasi BEI dan telah bekerja sama dengan jumlah lebih dari 40 perguruan tinggi diseluruh Indonesia.

Visi dari Phintraco Sekuritas adalah menjadi salah satu penyedia jasa investasi terbaik bagi masyarakat pemodal, Misi dari Phintraco Sekuritas adalah turut serta dalam pengembangan pasar modal Indonesia dengan memberikan pendidikan dan pelayanan investasi secara profesional bagi masyarakat pemodal, terutama pemodal perorangan. (Phintracosecurities.com, 2017)

7. Bursa Efek Indonesia

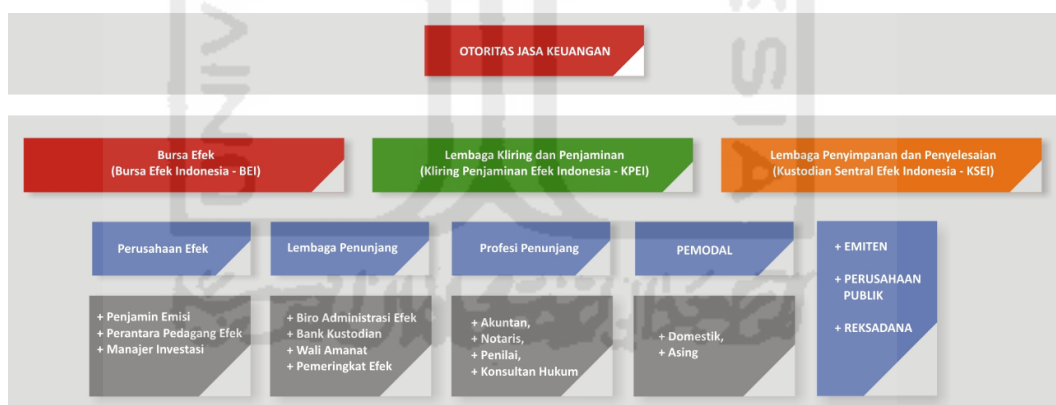
Pasar modal pada awalnya telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Perkembangan dan pertumbuhan pasar modal Indonesia tidak sesuai dengan yang diharapkan. Pada awalnya pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977. Pada tahun 1912 Bursa Efek pertama dibentuk di Batavia oleh pemerintah Hindia Belanda, dan sempat mengalami vakum dalam perdagangan bursa efek pada tahun 1956-1977. Pada tanggal 10 Agustus 1977 Bursa Efek diresmikan oleh Presiden Soeharto, BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Pengaktifan kembali pasar modal ini ditandai dengan go public PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama. Pemerintah mengeluarkan undang-undang NO. 8 tahun 1995 tentang pasar modal.

Undang-undang ini mulai diberlakukan pada Januari 1996. Kemudian pada tahun berikutnya Bursa paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya. Pada tahun 2000 sistem perdagangan tanpa warkat (*scripless trading*) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia, dilanjutkan dengan mulai melakukan/mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (*remote trading*). Ditahun 2007 penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2007. Sehingga pada tanggal 02 Maret tahun 2009 BEI mulai melakukan peluncuran perdana sistem perdagangan baru PT. Bursa Efek Indonesia memiliki visi yaitu menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia, dan memiliki misi yaitu menciptakan daya saing untuk menarik investor dan emiten, melalui pemberdayaan anggota bursa dan

partisipan, penciptaan nilai tambah, efisiensi biaya serta penerapan *good governance*. (idx.co.id diakses pada hari Selasa, 2017)

Bursa Efek Indonesia memiliki beberapa program yaitu program pendidikan, galeri investasi BEI, kantor perwakilan BEI, dan *Indonesian Capital Market Electronic Library* (ICaMEL). Bursa Efek Indonesia memiliki peran kepada GIS FIAI UII, untuk mendukung kelancaran operasional dan pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh GIS FIAI UII dan terkait aturan-aturan laboratorium sebagai pengelola investasi saham. Dalam upaya mendukung pengembangannya bursa efek Indonesia cabang Yogyakarta memberikan dukungannya melalui beberapa aspek dari mulai pendanaan, pengadaan kegiatan maupun kebijakan-kebijakan dalam melakukan kegiatan sehari-hari, supaya tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dan mendukung perkembangan pasar modal di Indonesia secara umum. Struktur organisasi pasar modal yang ada di Indonesia dijelaskan dalam gambar berikut:

Gambar 4.1
Struktur organisasi pasar modal



Sumber: idx.co.id diakses pada hari Selasa, 10 Januari 2017. Pukul 18.00 WIB

B. Analisis SWOT

Pada bagian ini akan dilakukan proses analisis setelah penulis menemukan keseluruhan data dan mengkomunikasinya pada objek penelitian. Dalam pengumpulan data tersebut penulis memperolehnya dari hasil interview, wawancara, dan melakukan diskusi dengan pihak-pihak yang terkait dan bersangkutan dengan hal penelitian yang dilakukan oleh penulis. Adanya

perkembangan strategi bisnis membutuhkan perkiraan daya gerak suatu operasi untuk masa yang akan datang. Laboratorium yang bergerak dalam mengelola investasi saham dalam melayani konsumen secara baik dan benar. Misalnya menawarkan pelayanan yang berkualitas dan memberikan kenyamanan terhadap investor yang akan melakukan investasi, sehingga diperlukan suatu evaluasi strategi yang dapat memberikan masukan kepada suatu lab pengelola saham dalam menjalankan kegiatannya.

Untuk itu, dalam penelitian ini akan dilakukan analisis secara kualitatif yang dalam proses selanjutnya dilakukan analisa melalui beberapa matrik dan tabel dan menyusunnya dalam kalimat yang jelas dan tepat. Sedangkan untuk mengetahui strategi pengembangan pada GIS FIAI UII, penulis menggunakan analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Treats*) dimana sebelumnya dilakukan analisa terlebih dahulu terhadap faktor-faktor internal dan eksternal lingkungan yang ada pada GIS FIAI UII. Sebagaimana dijelaskan dalam tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1

Analisis Lingkungan Internal Laboratorium GIS FIAI UII

Analisis Lingkungan Internal	
Kekuatan	Kelemahan
Organisasi dan manajemen	Budaya kerja dan strategi
Kualitas SDM	Lokasi Perusahaan/laboratorium
Fasilitas	Masih ada yang belum paham tentang investasi saham
Teknologi	Tenaga ahli yang terbatas
Pelayanan	Kurangnya aturan dan sarana pendukung
Pemahaman & pengetahuan tentang investasi syariah	Belum menyediakan data saham secara menyeluruh

Sumber: Wawancara pengelola dan analisis faktor-faktor kekuatan dan kelemahan laboratorium GIS FIAI UII.

1. Kekuatan Lingkungan Internal

a. Organisasi dan manajemen

Salah satu yang menjadi kekuatan yang dapat bertahan dalam bisnis investasi saham pada laboratorium GIS FIAI UII adalah dalam sistem organisasi atau manajemen pengelolaan yang dilakukan oleh bapak Adi Wicaksono dan Mustika selaku pengelola GIS FIAI UII. pada dasarnya, GIS FIAI UII harus menyadari pentingnya membangun suatu etos kerja yang profesional dan diberikan tanggung jawab secara profesional supaya mampu menghasilkan dan menarik mahasiswa, dosen serta masyarakat umum untuk memulai membuka rekening saham di GIS FIAI UII.

Dalam kegiatannya GIS FIAI UII selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik baik dari garis terdepan yang berhadapan langsung dengan mahasiswa, dosen dan masyarakat umum sampai garis paling belakang yang memulai merencanakan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan dan merealisasikan kegiatan-kegiatan dilaksanakan dengan baik dan efisien. (Mustika, 2016)

Sistem manajemen dan pengorganisasian yang terdapat pada GIS FIAI UII saat ini adalah melakukan musyawarah dan rapat dalam menentukan keputusan akan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan, disamping itu GIS FIAI UII juga memanfaatkan media sosial yang berkembang saat ini untuk memberikan informasi-informasi terbaru mengenai pasar modal dan saham. (Tulasmi, 2016)

b. Kualitas Sumber Daya Manusia

Kualitas SDM yang terdapat pada GIS FIAI UII memiliki kualitas dan kuantitas yang baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat dari pengelola yang ada pada GIS FIAI UII adalah tamatan sarjana bahkan menjadi dosen yang memiliki kualitas baik di bidang pasar modal dan saham, pengelola GIS FIAI UII juga merupakan tamatan Sarjana Ekonomi. Yang menjadi pengelola laboratorium GIS FIAI UII merupakan orang-orang yang sudah eksis dalam menangani di bidang

pasar modal sehingga pengalaman dan dan keahlian pengelola GIS FIAI UII tidak diragukan lagi. (Tulasmi, 2016)

Ditinjau dari jumlah pengelola memang masih relatif kecil yaitu berjumlah 2 orang, namun dari sisi kualitas SDM yang terdapat dalam laboratorium GIS FIAI UII tidaklah diragukan lagi. Dan dengan adanya jumlah pengelola yang ada saat ini masih cukup mampu untuk memberikan pelayanan terhadap masyarakat. Disamping itu juga keberadaan Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) yang dibentuk oleh GIS FIAI UII, yang diisi oleh kalangan mahasiswa juga dapat memberikan dampak yang positif dapat menggantikan peran dari pengelola apabila terdapat pengelola laboratorium yang berhalangan hadir. (Tulasmi, 2016)

c. Fasilitas

Lingkungan perusahaan merupakan aspek yang sangat penting dan memberikan pengaruh terhadap produktifitas kerja dari pengelola GIS FIAI UII. Fasilitas seperti bangunan, fasilitas parkir, kenyamanan ruangan, dan tata kelola sangat berpengaruh terhadap produktifitas. Adnya kondisi lingkungan yang kurang nyaman teentunya akan memberikan dampak menurunkan kerja yang ditimbulkan, sehingga produktifitas yang diberikan akan menurun. Faktor-faktor kenyamanan kerja yang seharusnya ada yaitu sepeerti kebisingan, pencahayaan, kenyamanan meja kerja, suhu udara dilingkungan kerja yang panas, kebersihan ruanganserta fasilitas peralatan yang mendukung dalam melakukan *training* saham di GIS FIAI UII.

Teknik penataan dan kondisi laboratorium GIS FIAI UII memberikan peran yang sangat penting karena hal ini menyangkut masalah kenyamanan mahasiswa, dosen dan masyarakat umum dalam melakukan transaksi di lingkungan GIS FIAI UII. Penataan yang baik dan kondisi perusahaan yang mendukung akan menyebabkan pengunjung merasa betah dalam melakukan transaksi. Salah satu hal yang penting dan berperan dalam membangun pencitraan terhadap perusahaan adalah

mempertimbangkan masalah *atmosphere* (suasana) dan keadaan fisik perusahaan yang terdiri dari 3 hal penting yakni:

1) Suasana *Exterior* perusahaan

Pandangan depan GIS FIAI UII merupakan keseluruhan bangunan fisik yang dapat terlihat dari luar telah tertata dengan baik sehingga menimbulkan kesan tersendiri bagi pengunjung. Melalui penataan depan bangunan dapat menciptakan citra perusahaan seperti bersih, rapi, nyaman dan lainnya. Suasana luar bangunan telah diciptakan melalui penataan ruangan yang baik sehingga menambah daya tarik dan kenyamanan suasana laboratorium. Selain itu halaman parkir yang luas memiliki arti tersendiri dan penting dalam membangun citra laboratorium. Dengan adanya tempat parkir yang cukup luas dan tertata akan memberikan kesan tersendiri dan dapat memotifasi pengunjung.

2) Suasana umum dalam perusahaan (*General Interior*)

Pada saat pengunjung masuk dan berada dalam ruangan laboratorium banyak hal yang dapat mempengaruhi kesannya. Di dalam ruangan laboratorium GIS FIAI UII ini telah dilengkapi AC, sehingga ketika pengunjung yang begitu masuk kedalam laboratorium untuk melakukan transaksi akan secara langsung merasakan sejuknya udara/AC, dan harumnya ruangan serta keramahan dari pihak pengelola sehingga hal-hal seperti ini akan menimbulkan kesan tertentu pada hati pengunjung. (Mustika, 2016)

d. Teknologi

Teknologi merupakan faktor yang paling vital dalam melakukan bisnis investasi saham/pasar modal. Dalam penelitian ini teknologi merupakan perkembangan alat yang digunakan untuk mempercepat dan efisien dalam proses operasional. Saat ini laboratorium GIS FIAI UII sebagai sarana untuk belajar pasar modal dan mengadakan pembukaan rekening saham teknologi yang telah digunakan yaitu aplikasi saham dari

Phintraco Securitas untuk melakukan training dan memantau, membeli dan menjual saham-saham. (Kahfi, 2016)

e. Pelayanan

Pelayanan yang sudah diberikan oleh pengelola laboratorium GIS FIAI UII sudah berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan terbaik bagi pengunjung dengan kualitas pelayanan yang prima dimana laboratorium selalu mengedepankan kepuasan pengunjung. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten. Kualitas pelayanan terfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengunjung serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangi harapan para pengunjung. (Mustika, 2016)

Adapun pelayanan yang diberikan oleh GIS FIAI UII adalah sebagai berikut:

a) Daya Tangkap (*responsiveness*)

Pengelola GIS FIAI UII telah memberikan respon yang baik kepada setiap pelanggan, yang meliputi kemampuan untuk melayani konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah. Daya tanggap tidak hanya memberikan pelayanan yang baik dan ramah, tetapi juga adanya kemauan GIS FIAI UII serta pengelola untuk membantu para pengunjung dalam memberikan informasi yang sejelas-jelasnya tentang investasi saham/pasar modal. (Mustika, 2016)

b) Jaminan

Jaminan yang diberikan oleh GIS FIAI UII meliputi kompetensi, *courtesy*, *credibility* (kredibilitas). Kompetensi yaitu keahlian, dan pengetahuan dari para pengelola dalam memberikan pelayanan. *Courtesy* yaitu meliputi kesopanan dan keramahan dari para pengelola yang diberikan kepada pengunjung. Kredibilitas laboratorium GIS FIAI UII menyangkut berbagai aspek reputasi suatu laboratorium. GIS FIAI UII merasa bahwa adanya komplain

atau pengaduan dalam melakukan transaksi pembukaan rekening saham dan kurang profesionalnya dari pengelola untuk hadir di GIS FIAI UII. (Tulasmi, 2016)

c) Kegiatan

Salah satu yang menjadi faktor yang menjadi kekuatan pada laboratorium GIS FIAI UII adalah kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh GIS FIAI UII yaitu, mengadakan kegiatan rutin setiap hari selasa bersama Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) GIS FIAI UII. Dan mengadakan stadium general dilingkungan kampus Universitas Islam Indonesia setiap satu bulan sekali, dengan adanya beberapa kegiatan yang dilakukan GIS FIAI UII diharapkan dapat mendorong dan memotifasi minat masyarakat khususnya kalangan mahasiswa dan Dosen dan khususnya masyarakat umum secara menyeluruh. Pada tahun 2017 ini, GIS FIAI UII mengagendakan akan mengadakan acara *talkshow*/kunjungan kesetiap fakultas-fakultas yang ada di Universitas Islam Indonesia dalam upaya menyebarkan dan belajar bersama hal-hal yang berhubungan dengan investasi saham. (Tulasmi, 2016)

f. Pemahaman dan pengetahuan tentang investasi syariah

Dalam melakukan dan untuk memulai investasi saham adanya pemahaman dan pengetahuan mengenai aturan dan hal-hal yang berkaitan dengan investasi saham menjadi faktor kekuatan pada laboratorium GIS FIAI UII, sehingga memberikan pembelajaran dan pengetahuan tentang investasi saham atau pasar modal terhadap masyarakat baik kalangan mahasiswa dan Dosen maupun masyarakat umum menjadi hal yang sangat penting dan harus dilakukan oleh laboratorium GIS FIAI UII.

Dengan pemahaman yang dimiliki diharapkan ketika memulai melakukan investasi saham akan memberikan dampak yang baik dan kemudahan tersendiri. GIS FIAI UII telah melakukan beberapa upaya dalam menyebarkan tentang pasar modal/saham dengan mengadakan

kajian-kajian tentang pasar modal, belajar bersama dan diskusi, memberikan trading dan pengenalan tata cara membeli dan menjual saham yang telah dimiliki, yang semua itu tak pernah luput dari peran pengelola GIS FIAI, dosen, dan mahasiswa sebagai objek dari ssetiap kegiatan-kegiatan tersebut. (Haningsih, 2016)

2. Kelemahan Lingkungan Internal

a. Budaya kerja dan strategi

Salah satu kelemahan internal yang ada pada laboratorium berada pada budaya kerja dan strategi yang ada pada pengelolaan laboratorium GIS FIAI UII. Salah satu kekurangan yang ada pada laboratorium GIS FIAI UII adalah kurangnya komunikasi yang baik antara pengelola dan pihak Kaprodi ekonomi Islam FIAI UII. Karena sampai sekarang belum ada penugasan yang secara profesional untuk menugaskan pengelola di GIS FIAI UII secara profesional. Karena kesibukan dari pengelola yang juga menjabat sebagai dosen sehingga tidak bisa hadir secara terus-menerus.

Sehingga adanya kesibukan ini komunikasi antara pengunjung dan pengelola menjadi kurang baik. Selain itu manajemen laboratorium GIS FIAI UII kurang memotivasi pengelola, karena dalam kebutuhan finansialnya pengelola GIS FIAI UII kurang baik. Disamping itu juga kebutuhan seperti penghargaan ucapan sanjungan atas kelancaran kegiatan-kegiatan yang dilakukan di laboratorium GIS FIAI UII, atau memotivasi kepercayaan untuk menyelesaikan kegiatan-kegiatan dengan baik. (Haningsih, 2016)

b. Lokasi Perusahaan

Secara geografis, lokasi laboratorium GIS FIAI UII yang beralamat di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia di Gedung K. H. A. Wahid Hasyim, Kampus Terpadu, JL. Kaliurang KM 14,5 Yogyakarta. Lokasi yang kurang strategis masih cukup jauh dari pusat keramaian, dan berada di belakang lingkungan kampus serta posisi kantor GIS FIAI UII yang masih sulit untuk dijumpai dan tanda pengenal

seperti plang lokasi dan alamat GIS FIAI masih terbatas jumlahnya, sehingga dapat menyulitkan pengunjung untuk mengetahui keberadaan laboratorium pasar modal/saham ini. (Mukharrom, 2016)

c. Masih ada yang belum paham tentang investasi saham

Tingkat pemahaman tentang investasi saham menjadi aspek penting ketika akan memulai dan melakukan investasi saham. Pada Laboratorium GIS FIAI UII tingkat pemahaman yang dimiliki oleh masyarakat sudah mulai mengetahui adanya investasi saham ini, namun pada laboratorium GIS FIAI UII masih terdapat beberapa orang atau kalangan mahasiswa yang belum mengetahui keberadaan dan adanya investasi saham sehingga menjadi kelemahan tersendiri karena dapat memperlambat pertumbuhan dan perkembangan laboratorium GIS FIAI UII. (Yulianti, 2016)

d. Tenaga ahli yang terbatas

Adanya pelayanan yang baik tentunya akan mempengaruhi adanya kinerja yang diberikan. Laboratorium GIS FIAI UII saat ini tenaga ahli yang masih terbatas dibidang pasar modal atau investasi saham. Dilihat dari aspek pengelola yang hanya memiliki 2 orang sehingga membuat operasional kegiatan yang dilakukan oleh laboratorium GIS FIAI UII menjadi kurang maksimal seperti, pengelola tidak bisa hadir secara terus menerus di laboratorium GIS FIAI UII akibatnya pengunjung yang akan berkunjung tidak bisa bertemu dengan langsung dan transaksi yang akan dilakukan di laboratorium GIS FIAI UII menjadi batal, sehingga menimbulkan kesan yang kurang baik terhadap para pengunjung. (Yulianti, 2016)

e. Kurangnya aturan dan sarana pendukung

Sarana dan aturan pendukung menjadi kelemahan yang ada pada laboratorium GIS FIAI UII. Sarana prasarana yang dimiliki oleh laboratorium GIS FIAI UII terbilang masih kurang seperti belum memiliki wifi/jaringan pengakses internet secara tersendiri, karena masih bergabung menggunakan koneksi kampus yaitu Fakultas Ilmu Agama

Islam Universitas Islam Indonesia. Sehingga laboratorium GIS FIAI UII ini masih dikatakan belum bisa berdiri sendiri melainkan mengikuti sarana dan prasarana yang dimiliki FIAI UII, walaupun keberadaan laboratorium GIS FIAI UII ini berawal dari dan tujuannya untuk mahasiswa dan dosen, namun ketika bisa berdiri sendiri dan memiliki sarana prasarana tersendiri akan menjadi lebih baik dan efisien dalam melakukan kegiatan operasionalnya. (Mukharrom, 2016)

f. Belum menyediakan data saham secara menyeluruh

Sebagai laboratorium pengelola dan sebagai penyedia informasi tentang saham, baik dari laporan tahunan maupun data-data penting yang berhubungan dengan saham tentunya menjadi kebutuhan yang paling utama dan harus disediakan. Namun kondisi pada laboratorium GIS FIAI UII masih belum bisa menyediakan data-data penting tentang saham atau pasar modal, karena belum ada pihak yang bisa diajak bekerja sama dengan baik dan benar.

Karena tingkat kerahasiaan dan privasi yang harus dijaga. Sehingga diharapkan berikutnya laboratorium GIS FIAI UII dapat menyediakan data-data penting yang berhubungan dengan pasar modal atau saham. Sehingga nantinya dapat mendukung perkembangan pada GIS FIAI UII dan mempermudah mahasiswa untuk mengadakan penelitian dibidang saham dan pasar modal. (Tulasmi, 2016)

Penjelasan tentang faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman pada laboratorium GIS FIAI UII dijelaskan dalam tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Analisis Lingkungan Eksternal Laboratorium GIS FIAI UII

Analisis Lingkungan Eksternal	
Peluang	Ancaman
Daya tarik untuk berinvestasi	Kesan sulit dan rumit
Ukuran pasar	Kurangnya minat dan dukungan dari mahasiswa dan dosen
Perubahan selera	Kesan sosial
Kebijakan pemerintah	Kurangnya SDM yang berkualitas
Perkembangan globalisasi	Munculnya laboratorium atau pojok saham yang baru.

Sumber: Wawancara pengelola dan analisis faktor-faktor peluang dan ancaman laboratorium GIS FIAI UII.

3. Peluang lingkungan eksternal

a. Daya tarik berinvestasi

Perrkembangan dalam kegiatan investasi saham dan pasar modal menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Sehingga laboratorium GIS FIAI UII harus meningkatkan kualitas dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh laboratorium GIS FIAI UII dalam upaya mengembangkan dan meningkatkan kegiatan investasi saham dan pasar modal di lingkungan kampus Universtias Islam Indonesia dan masyarakat umum. Sehingga semakin menarik dan berkualitas kegiatan-kegiatan yang dilakukan akan dapat mempengaruhi masyarakat khususnya kalangan mahasiswa untuk memulai membuka rekening saham dan melakukan investasi saham di laboratorium GIS FIAI UII. Dengan upaya yang baik dan berkualitas tentunya akan memberikan daya tarrik tersendiri bagi pengunjung. Sehingga masyarakat yang akan berrkunjung semakin banyak dan pengembangan investasi saham menjadi lebih baik dan efisien. (Winata, 2016)

b. Ukuran pasar

Ukuran pasar menjadi peluang yang harus dimanfaatkan pada GIS FIAI UII . Kondisi pasar yang semakin membaik pada saat ini, dan

berbagai keputusan kebijakan yang diambil dari pengelola GIS FIAI UII memberikan peluang untuk dapat tumbuh lebih maju dan merencanakan berbagai strategi yang akan ditempuh untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat karena adanya pojok pojok bursa yang bergerak dibidang yang sama yaitu sebagai sarana untuk melakukan investasi saham yang berada di dalam satu lokasi.

c. Perubahan selera

Adanya perubahan selera pada penelitian ini menjadi peluang pada laboratorium GIS FIAI UII. Keinginan masyarakat akan pelayanan dan kegiatan yang diberikan oleh laboratorium GIS FIAI UII, menjadi faktor penting yang dapat merubah selera dan keinginan untuk berkunjung dan melakukan pembukaan rekening saham melalui laboratorium GIS FIAI UII. Karena investasi saham masih terhitung baru dan merupakan kebutuhan dimasa yang akan datang sehingga menjadi peluang yang sangat bagus bagi GIS FIAI UII. Oleh karena itu memberikan pelayanan dan fasilitas yang nyaman dan baik akan mendukung perkembangan pada laboratorium GIS FIAI UII. (Haningsih, 2016)

d. Kebijakan pemerintah

Kebijakan pemerintah merupakan faktor yang menjadi peluang dari laboratorium GIS FIAI UII, dalam melakukan pemasaran GIS FIAI UII banyak melalui kegiatan-kegiatan stadium general dan diskusi diskusi bersama mahasiswa dan dosen dan dalam melakukan kegiatan kegiatan tersebut tidak hanya terbatas pada mahasiswa dan dosen, tetapi juga masyarakat umum. Ada beberapa kebijakan yang di berikan oleh kaprodi Ekonomi Islam FIAI UII seperti mewajibkan mahasiswa untuk mengikuti dan memulai membuka rekening saham melalui laboratorium GIS FIAI UII.

Dengan adanya kebijakan-kebijakan itu GIS FIAI mengalami peningkatan pengunjung dari kalangan mahasiswa untuk membuka rekening saham dan memulai melakukan pembelajaran yang lebih mendalam tentang pasar modal/ssaham. Selain itu adanya kebijakan-

kebijakan pemerintah dengan memberikan wadah untuk pemeran-pemeran seperti mengadakan kegiatan-kegiatan baik yang diselenggarakan oleh Bursa Efek Indonesia maupun pojok-pojok saham yang terdapat di Yogyakarta. (Mukharrom, 2016)

e. Perkembangan globalisasi

Adanya perkembangan globalisasi merupakan peluang yang ada di laboratorium GIS FIAI UII. Dengan perkembangan zaman yang begitu pesat sehingga permintaan pengunjung untuk melakukan investasi saham dan membuka rekening saham semakin meningkat. Pasar modal atau investasi saham merupakan suatu bisnis yang dapat menunjang kebutuhan dimasa yang akan datang. Seiring perkembangannya zaman dan pengetahuan masyarakat dalam bisnis investasi saham, sehingga teknologi yang memadai dan modern sangat dibutuhkan.

Era globalisasi juga dapat berdampak pada pemasaran global, melalui media internet perusahaan atau laboratorium memiliki kesempatan yang luas untuk melakukan pemasaran dan menambah pengetahuan kepada masyarakat yang lebih luas, tanpa terbatas kepada ruang atau lokasi antara masyarakat dan laboratorium. (Yulianti, 2016)

4. Ancaman Lingkungan Eksternal

a. Kesan sulit dan rumit

Dalam kegiatan melakukan investasi kesan menjadi faktor penting, tentunya dalam menentukan pilihan untuk memulai melakukan pembukaan rekening saham. Karena investasi merupakan hal yang sensitif karena berhubungan dengan uang. Sehingga ketika kesan yang ditimbulkan oleh GIS FIAI UII semakin baik maka akan baik pula anggapan masyarakat begitupun sebaliknya semakin buruk kesan yang ditimbulkan maka akan buruk juga anggapan masyarakat. Kesan sulit dan rumit ketika akan melakukan investasi saham di laboratorium GIS FIAI UII baik dari segi pelayanan, pengelolaan, dan operasional seperti pembuatan rekening yang prosesnya lama, pembuatan tanda tangan yang harus berkali-kali, kurang

ramahnya dalam melayani semua itu akan menjadi ancaman bagi laboratorium GIS FIAI UII. (Mustika, 2016)

b. Kurangnya minat dan dukungan dari mahasiswa dan Dosen

Dalam proses pengembangan laboratorium GIS FIAI UII tentunya adanya dukungan dari pihak-pihak terkait akan menjadi kelebihan dan mendorong proses pengembangan menjadi lebih baik dan cepat terlaksana, namun ketika laboratorium GIS FIAI UII yang lokasinya berada di lingkungan kampus, tidak mendapat dukungan dari kalangan mahasiswa dan dosen, sehingga menjadi ancaman tersendiri bagi laboratorium GIS FIAI UII dalam upaya perkembangan dan menyebarluaskan pasar modal dan investasi saham. (Tulasmii, 2016)

c. Kesan sosial

Kesan dapat menimbulkan anggapan tersendiri bagi masyarakat dalam melakukan investasi, baik itu investasi uang maupun investasi saham. Kesan sosial yang ditimbulkan oleh laboratorium GIS FIAI UII menjadi aspek penting dan ancaman tersendiri bagi GIS FIAI UII. Semakin baik kesan sosial yang ditimbulkan maka akan memberikan dampak yang baik terhadap pengembangan GIS FIAI UII, begitu juga dengan kebalikannya. Laboratorium GIS FIAI UII harus berupaya menimbulkan kesan-kesan yang baik guna untuk mengurangi ancaman-ancaman yang akan terjadi. (Haningsih, 2016)

d. Kurangnya SDM yang berkualitas

Kurangnya SDM yang berkualitas menjadi ancaman pada laboratorium GIS FIAI UII, dengan adanya SDM yang berkualitas akan mempengaruhi kinerja yang akan dilakukan. Pada laboratorium GIS FIAI UII kurangnya SDM yang berkualitas menjadi ancaman yang paling penting. Oleh karena itu laboratorium GIS FIAI UII harus memilih SDM yang berkualitas untuk mengelola GIS FIAI UII sehingga kinerja yang diberikan akan baik dan maksimal. (Yulianti, 2016)

e. Munculnya laboratorium atau pojok saham yang baru

Adanya persaingan dalam melakukan kegiatan-kegiatan investasi merupakan hal yang sangat wajar. Dengan persaingan juga membuat proses perkembangan investasi saham menjadi lebih baik dan efisien. Pada laboratorium GIS FIAI UII, adanya laboratorium atau pojok saham yang bergerak dibidang sama yaitu investasi saham akan menjadi ancaman dalam upaya pengembangan dan operasionalnya. Karena orang akan memilih terlebih dahulu sebelum memulai untuk membuka rekening saham. Sehingga laboratorium GIS FIAI UII harus memunculkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh laboratorium GIS FIAI UII sehingga orang mulai tertarik dan membuka rekening saham. (Yulianti, 2016)

C. Perhitungan Penentuan Pembobotan Skor SWOT

Dari pemetaan GIS FIAI UII diatas bobot dan rating ditentukan berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dimana acuan dari bobot dan rating tersebut adalah Bobot ditentukan sebagai berikut:

Tabel 4.3 Pembobotan SWOT

Bobot	Keterangan
0,20	Sangat Kuat
0,15	Diatas Rata-rata
0,10	Rata-rata
0,05	Dibawah Rata-rata

Rating ditentukan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Tabel Rating SWOT

Rating	Keterangan
4	Major Strength
3	Minor Strength
2	Minor Weakness
1	Mayor Weakness

Dari acuan tersebut dapat menunjukkan strategi yang dimiliki oleh Laboratorium GIS FIAI UII dalam menghadapi persaingan yang ada. Setelah mengelompokkan kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) dan ancaman (Threats) dari pengembangan GIS FIAI UII, maka akan dianalisa dengan menggunakan SWOT yang dapat menghasilkan kemungkinan alternatif strategi bersaing. Selain memperhatikan faktor-faktor di atas, dari kekuatan dan kelemahan (faktor internal) dan peluang serta ancaman (faktor eksternal) dalam upaya pengembangan GIS FIAI UII dapat disusun Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) untuk menentukan strategi bersaing yang akan digunakan. IFAS tersebut dengan cara :

1. Menentukan faktor strategis yang menjadi kekuatan dan kelemahan maupun peluang dan ancaman.
2. Menentukan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling tinggi) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pengembangan GIS FIAI UII (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1.00)
3. Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala 4 (outstanding atau paling tinggi) sampai dengan 1 (poor atau paling rendah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan GIS FIAI UII. Variabel yang bersifat positif yaitu kekuatan diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik), variabel yang bersifat negatif yaitu kelemahan diberi nilai sebaliknya.
4. Menentukan nilai skor dengan mengalikan bobot dengan rating.
5. Memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Menjumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan terhadap IFAS.

Hasil perhitungan IFAS pada Tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Hasil Perhitungan IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor	Keterangan
Opportunities (O)				
1. Daya tarik untuk berinvestasi	0,10	4	0,40	1. Peluang besar belum digarap
2. Ukurran Pasar	0,10	4	0,40	2. Memperluas pemasaran
3. Perubahan Selera	0,10	4	0,40	3. Peluang besar belum digarap
4. Kebijakan Pemerintah	0,10	3	0,30	4. Memperbaiki budaya kerja dan strategi
5. Perkembangn Globalisasi	0,10	4	0,40	5. Meningkatkan kualitas pelayanan
Sub Total	0,50		1,90	
Threats (T)				
1. Kesan sulit dan rumit	0,15	1	0,15	1. Hambatan pengembangan
		2	0,20	2. Hambatan Pemasaran
2. Kurangnya minat dan dukungan dari mahasiswa dan Dosen	0,10	2	0,20	3. kendala pelayanan
		2	0,20	4. Hambatan pengembangan seperti aspek bisnis dilupakan
3. Kesan sosial	0,10	2	0,10	5. Persaingan namun sehat
4. Kurangnya SDM yang berkualitas	0,10			
5. Munculnya laboratorium atau pojok saham yang baru	0,05			
Sub Total	0,50		0,85	
Total	1,00		2,75	

Hasil perhitungan EFAS pada Tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Perhitungan EFAS

Faktor eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor	Keterangan
Strength (S)				
1. Organisasi dan Manajemen	0,10	3	0,30	1. Mempengaruhi citra dan nama baik.
2. Kualitas SDM	0,10	4	0,40	2. Meningkatkan kinerja yang baik.
3. Fasilitas	0,10	4	0,40	3. Memperlancar kegiatan
4. Teknologi	0,10	4	0,40	4. meningkatkan kualitas kinerja
5. Pelayanan	0,10	3	0,30	5. Mendukung kinerja dan pengembangan
Sub Total	0,50		1,80	
Weakness (W)				
1. Budaya kerja dan strategi	0,15	1	0,15	1. Kendala Pelayanan
2. Lokasi perusahaan	0,05	2	0,10	2. Hambatan pemasaran dan pelayanan
3. Masih ada yang belum memahami tentang investasi saham	0,05	2	0,10	3. Hambatan pengembangan
4. Tenaga ahli yang terbatas	0,15	1	0,15	4. Ujung tombak pemasaran
5. Belum menyediakan data saham secara menyeluruh	0,10	1	0,10	5. Kendala pelayanan database
Sub Total	0,50		0,60	
Total	1,00		2,40	

Pada Tabel 4.2 diatas faktor-faktor kekuatan (*strengths*) mempunyai nilai skor 1,80 sedangkan faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) mempunyai nilai skor 0,60. GIS FIAI UII mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan dalam menentukan strategi bersaingnya. Selanjutnya pada tabel 4.3 di atas faktor-faktor peluang (*opportunities*) mempunyai skor 1,90 dan faktor-faktor ancaman (*Threats*) mempunyai nilai skor 0,85, ini berarti dalam upaya menentukan strategi bersaingnya GIS FIAI UII mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang akan timbul.

Dari hasil susunan faktor-faktor internal dan eksternal diatas, menghasilkan rangkaian skor sebagai berikut :

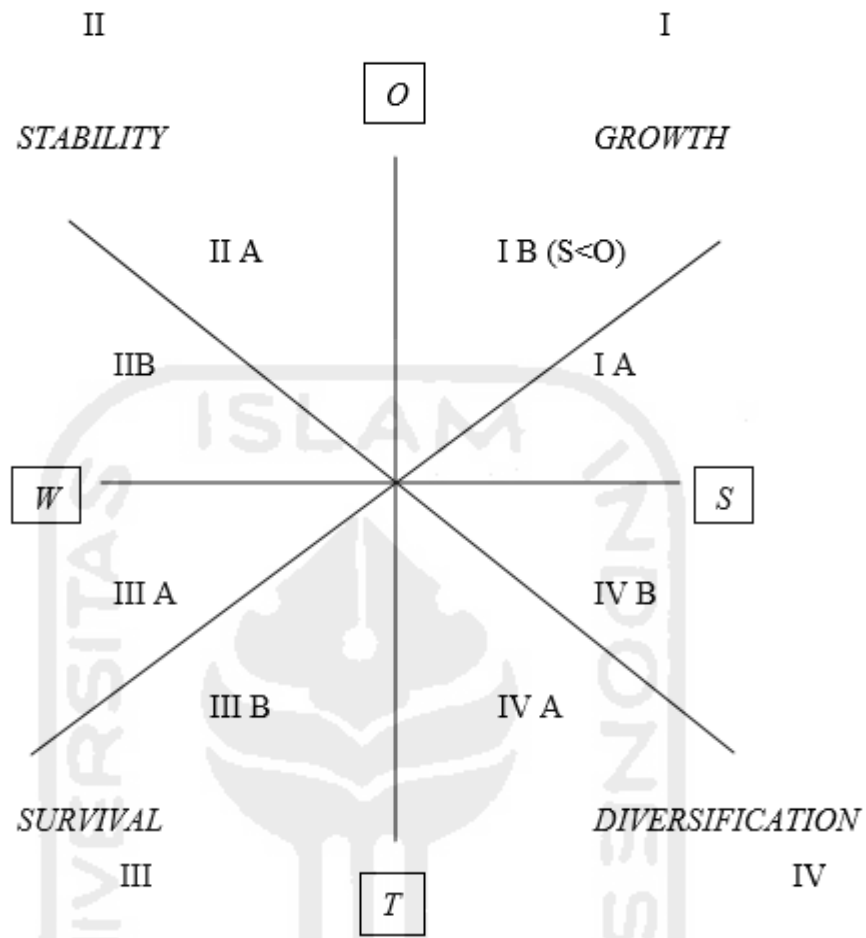
1. Kekuatan (Strengths/S) = 1,80
2. Kelemahan (Weaknesses/W) = 0,60
3. Peluang (Opportunities/O) = 1,90
4. Ancaman (Threats/T) = 0,85

Dari rangkaian nilai skor tersebut, dapat disusun suatu table Rekap Skor IFAS dan EFAS sebagai berikut :

Tabel 4.7 Tabel Rekap Skor IFAS

Skor Internal	Skor Eksternal	Pilihan Strategi
$S > W (+)$ $1,80 > 0,60 (+)$	$O > T (+)$ $1,90 > 0,85 (+)$	GROWTH
$S < W (-)$	$O < T (-)$	SURVIVAL
$S > W (+)$	$O < T (-)$	DIVERSIFICATION
$S < W (-)$	$O > T (+)$	STABILITY

Untuk menentukan pilihan strategi yang lebih spesifik dari nilai yang didapat dimasukkan ke dalam diagram pilihan strategi, karena hasil dari table 4 terlihat bahwa dari skor yang ada mengarah pada pilihan strategy growth selanjutnya menentukan strategy growth yang lebih spesifik. Berdasarkan skor yang menunjukkan bahwa kekuatan (Strengths/S) lebih kecil dari peluang (Opportunities/O) sehingga hasilnya nampak pada matriks dan tabel berikut ini:



Matriks 4.1 Matriks Strategi Pengembangan berdasarkan SWOT

Tabel 4.8 Tabel Matriks Strategi Pengembangan Berdasarkan SWOT

Teknis Strategis	Skor	Kuadran	Pilihan Strategi
<i>Growth</i>	$S > O$	I A	<i>Rapid Growth</i>
	$S < O$	I B	<i>Stable Growth</i>
<i>Survival</i>	$W > T$	III A	<i>Turn Around</i>
	$W < T$	III B	<i>Guerilla</i>
<i>Diversification</i>	$S > T$	IV B	<i>Conglomerate</i>
	$S < T$	IV A	<i>Concentric</i>
<i>Stability</i>	$O > W$	II A	<i>Aggressive Maintenance</i>
	$O < W$	II B	<i>Selective Maintenance</i>

Dari gambar dan tabel di atas yang didasarkan pada perhitungan SWOT, GIS FIAI UII $S < O$, yakni peluang lebih besar dari pada kekuatan yang ada, dimana arah kebijakan GIS FIAI UII dalam kondisi *stable growth strategy*.

strategi pertumbuhan (Growth strategy), strategi pertumbuhan adalah strategi yang paling sering dicari, perusahaan yang melakukan bisnis dalam lingkungan yang dinamis harus terus bertumbuh agar dapat bertahan. Pertumbuhan adalah strategi yang sangat menggoda karena dua alasan prinsip berikut ini :

1. Perusahaan yang sedang tumbuh dapat menutupi kesalahan dan ketidakefisienan dengan mudah dibandingkan perusahaan yang stabil. Aliran pendapatan yang terus berkembang ke dalam perusahaan besar dapat menciptakan sumber daya yang tidak terpakai, yang dapat dipakai untuk menyelesaikan masalah dan pertentangan antar departemen dan divisi dengan cepat. Pertumbuhan juga memberi penahan, siapa tahu manajemen membuat kesalahan strategis, Perusahaan-perusahaan besar juga memiliki kekuasaan yang lebih besar dibanding perusahaan kecil, dan lebih mungkin memperoleh dukungan dari serikat kerja dan masyarakat local, apabila bangkrut.
2. Perusahaan yang sedang berkembang menawarkan banyak peluang bagi kemajuan, promosi, dan pekerjaan-pekerjaan menarik. Pertumbuhan itu sendiri adalah sesuatu yang mengasyikkan bagi para CEO. Perusahaan yang berkembang cenderung dipandang sebagai 'pemenang' oleh pasar dan investor potensial. Kompensasi bagi eksekutif cenderung naik bersamaan dengan semakin besarnya ukuran organisasi. Perusahaan-perusahaan besar lebih sulit diakuisisi dibanding perusahaan kecil., sehingga pekerjaan-pekerjaan para eksekutif akan lebih aman. Dua strategi dasar pertumbuhan adalah : konsentrasi pada satu industry dan diversifikasi ke dalam industry

yang lain. Strategi stabilitas adalah kategori stabilitas pada strategi perusahaan mungkin yang paling cocok untuk perusahaan yang cukup sukses beroperasi pada industri dengan daya tarik yang sedang-sedang saja. Daya tarik industri tersebut dinilai sedang karena 1) industri tersebut menghadapi pertumbuhan yang biasa atau bahkan tidak ada pertumbuhan, atau 2) kekuatan utama dalam lingkungan tersebut berubah dan masa depannya tidak pasti. Strategi stabilitas sangat berguna dalam jangka pendek, tetapi berbahaya apabila diikuti terlalu lama. Beberapa strategi stabilitas yang lebih populer adalah strategi berhenti sejenak, berlanjut dengan waspada, tidak berubah, dan laba. Dari tabel di atas dihasilkan faktor internal dan eksternal yang positif, berarti bahwa kekuatan GIS FIAI UII relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya, sedangkan lingkungan yang saat ini dihadapi lebih besar daripada ancamannya. Oleh karena GIS FIAI UII memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kinerja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan GIS FIAI UII dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang. Arah kebijakan tersebut merupakan dasar dari kebijakan dalam kondisi growth strategy dan setelah dilihat dari tabel 5 di atas pilihan strategi berdasarkan pada stable growth strategy, artinya dalam pengembangannya GIS FIAI UII dapat menggunakan strategi pertumbuhan peran namun dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas. Dan strategi tersebut didukung dengan adanya alternative dan peluang untuk menarik nasabah yang lebih banyak dengan melakukan pengembangan produk dan layanan.

D. Strategi Pengembangan pada GIS FIAI UII

Setelah mengelompokkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dari GIS FIAI UII, maka akan dianalisa dengan menggunakan SWOT yang dapat menghasilkan kemungkinan strategi pengembangan. Selain memperhatikan faktor di atas, dari kekuatan dan kelemahan (internal) dan peluang serta ancaman (eksternal) dalam GIS FIAI UII dapat disusun Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) untuk menentukan strategi bersaing yang akan digunakan. IFAS (Internal Factor Analisis Summary). Untuk melakukan pemilihan strategi pengembangan pada GIS FIAI UII, berikut ini gambar matrik

SWOT sebagai katalisator kepemilikan strategi pengembangan, dijelaskan dalam matrik SWOT pada matrik 4.3 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.9

Analisis Strategi pengembangan berdasarkan matrik SWOT

<p>EFAS (Faktor Eksternal)</p>	<p>STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Organisasi dan Manajemen 2. Kualitas SDM 3. Fasilitas 4. Teknologi 5. Pelayanan 6. Pemahaman dan pengetahuan tentang investasi saham 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Budaya kerja dan strategi 2. Lokasi perusahaan 3. Masih ada yang belum paham tentang investasi saham 4. Tenaga ahli yang terbatas 5. Kurangnya aturan dan sarana pendukung 6. belum menyediakan data saham secara menyeluruh
<p>IFAS (Faktor Internal)</p> <p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik berinvestasi 2. Ukuran pasar 3. Perubahan selera 4. Kebijakan pemerintah 5. Perkembangan globalisasi 	<p>Strategi SO</p> <p>Perluasan pasar, dengan memanfaatkan kegiatan-kegiatan, menyebarkan pasar modal di kalangan masyarakat umum, Dosen, Mahasiswa. Dengan memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang modern, untuk meningkatkan dan mengembangkan inovasi pemasaran tentang investasi dan pasar modal yang semakin luas</p>	<p>Strategi WO</p> <p>Memperbaiki budaya kerja dan strategi dengan memotivasi kerja karyawan atau pengelola dengan baik karena adanya perkembangan globalisasi dan kegiatan investasi saham menyebabkan peningkatan minat dan kemauan untuk mempelajari dan memulai untuk berinvestasi saham, dan semua itu membutuhkan ketepatan dalam</p>

		melakukan pemasarannya.
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesan Sulit dan rumit 2. Kurangnya minat dan dukungan dari mahasiswa dan dosen 3. Kesan sosial 4. Kurangnya SDM yang berkualitas 5. Munculnya laboratorium atau pojok saham yang baru 	<p>Strategi ST</p> <p>Mempertahankan kualitas pelayanan dan kegiatan untuk mengatasi persaingan terutama persaingan-persaingan yang baru masuk</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Fokus pada usaha perbaikan organisasi melalui perbaikan dalam menentukan strategi-strategi pemasaran.</p>

Sumber: Analisis faktor-faktor kelebihan dan kelemahan yang ada pada laboratorium GIS FIAI UII berdasarkan tabel dan matrik SWOT.

Hasil pengukuran unsur-unsur ini berdasarkan tingkat kepentingan dan kebutuhan yang memungkinkan pihak GIS FIAI UII untuk dapat menitikberatkan dalam bidang investasi saham dalam memperbaiki dan mempertahankan dengan memperhatikan faktor-faktor yang memiliki pengaruh tinggi terhadap laboratorium GIS FIAI UII. Sedangkan untuk faktor-faktor yang memiliki pengaruh yang rendah perlu diperhatikan dan ditinjau kembali tentang bagaimana untuk lebih meningkatkan dan mengatasi pada faktor-faktor tersebut. Dalam diagram matrik terlihat bahwa letak dari unsur pelaksanaan faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk melakukan investasi saham pada laboratorium GIS FIAI UII terbagi menjadi 4 bagian, yaitu:

A. Strategi SO (Mendukung Strategi yang Agresif)

Pada situasi ini laboratorium GIS FIAI UII menghadapi berbagai peluang lingkungan dan memiliki berbagai kekuatan yang dapat mendorong dalam pemanfaatan berbagai peluang tersebut. Dengan kondisi demikian, strategi yang tepat untuk ditempuh adalah strategi pertumbuhan. Pendekatan matrik memungkinkan satuan usaha untuk memanfaatkan peluang bisnis semaksimal

mungkin dengan melihat faktor kekuatan yang dimiliki dan sekaligus untuk berupaya menghilangkan dan berupaya untuk mengurangi dampak negatif dari berbagai faktor-faktor kelemahan yang dihadapi.

B. Strategi ST (Mendukung Strategi Diversifikasi)

Pada diagram ini bahwa kondisi laboratorium GIS FIAI UII memiliki berbagai kekuatan internal dan menghadapi berbagai situasi lingkungan yang tidak menguntungkan. Apabila kondisi ini GIS FIAI UII menemukan posisinya, maka untuk menentukan strategi yang tepat dan wajar diterapkan adalah Strategi Diversifikasi yang artinya strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk membuka peluang dalam kurun waktu jangka panjang dalam melakukan pemasaran dan lingkungan pasar yang baru.

C. Strategi WO (Mendukung Strategi dengan orientasi putar balik)

Kondisi pada diagram ini menunjukkan bahwa yang dihadapi adalah kondisi peluang pasar yang besar dalam kondisi satu pihak, akan tetapi dihadang oleh keterbatasan kemampuan karena adanya berbagai kelemahan yang terdapat dalam laboratorium GIS FIAI UII. Dalam suatu organisasi atau satuan usaha kondisi seperti ini sangatlah wajar karena untuk memutar haluan dalam artian mengambil beberapa langkah-langkah yang digunakan untuk mengatasi masalah faktor-faktor kelemahan yang dihadapi secara internal agar faktor-faktor peluang pasar dapat digunakan dan dimanfaatkan secara baik dan maksimal.

D. Strategi WT (Mendukung Strategi Defensif)

Pada matrik ini menunjukkan pada kondisi yang sangat buruk dikarenakan harus menghadapi faktor-faktor tantangan yang besar yang mana bersumber pada lingkungan dan pada waktu yang bersamaan dilanda juga beberapa faktor-faktor kelemahan internal yang sifatnya sangat kritis. Strategi ini diartikan mengurangi atau merubah bentuk keterlibatan satuan bisnis dalam produk pasar saham yang dianalisis menggunakan teknik SWOT

Berdasarkan kekuatan dari lingkungan internal dan peluang dari lingkungan eksternal yang dimiliki GIS FIAI UII maka strategi yang cocok

diterapkan berdasarkan dari hasil matrik SWOT adalah strategi SO (mendukung strategi yang agresif).

E. Rekomendasi Strategi

1. Perluasan pasar

GIS FIAI UII sangat perlu untuk menambah jangkauan pemasaran dengan cara memperluas dan menambah pasar sasaran, memperbanyak saluran distribusi, dan pastinya memperbaiki intensitas promosi yang dilakukan dilingkungan kampus dan masyarakat umum. Dapat juga mencoba untuk melakukan menarik segmen baru dengan cara melakukan inovasi mengembangkan pengetahuan dan menyebarkan pemasaran tentang investasi saham syariah yang nantinya dapat memiliki daya tarik yang lebih untuk para konsumen baik mahasiswa, Dosen, maupun masyarakat umum. Seperti melakukan edukasi-edukasi pasar modal dilingkungan fakultas-fakultas lain secara rutin dan beraturan, sehingga mahasiswa dilingkungan kampus UII, mulai mengetahui keberadaan GIS FIAI UII dan proses pengembangan pasar modal menjadi berjalan sebagai mestinya.

2. Teknologi dan Fasilitas

Dalam suatu laboratorium pengelola investasi saham teknologi merupakan faktor yang paling vital dan penting dalam bisnis investasi saham. Teknologi merupakan perkembangan alat yang selalu digunakan untuk mempercepat dan lebih efisien dalam proses operasionalnya, baik dalam memantau indeks harga saham gabungan, menjual dan membeli saham. Karena semua aktifitas saham dapat diakses melalui perlengkapan teknologi yang memadai. Dengan demikian GIS FIAI UII harus memperhatikan dan mengikuti adanya perkembangan teknologi yang ada. GIS FIAI UII harus menyediakan tempat yang nyaman terhadap orang-orang yang akan melakukan investasi melalui GIS FIAI UII. Dalam penyajian dan operasionalnya GIS FIAI UII harus menggunakan teknologi yang modern dan tidak lelet dalam mengakses koneksi internet, karena internet merupakan

bagian penting dalam proses trading dan mengetahui akan informasi kurs jual beli harga saham.

3. Kualitas SDM

Kualitas SDM yang baik dapat memberikan dampak yang baik terhadap pengelolaan GIS FIAI UII. Dengan demikian GIS FIAI UII harus bisa memanfaatkan kualitas SDM yang ada dengan sebaik mungkin dan dan mendapatkan SDM yang sesuai dengan keahliannya agar dalam pengelolaan GIS FIAI UII sesuai dengan yang diharapkan. GIS FIAI UII harus menyediakan papan kegiatan jobdese pengelola dan menuliskan tugas-tugas yang harus dikerjakan sehingga aktifitas pengelola benar-benar mengerjakan tugasnya di GIS FIAI UII secara terjadwal dan lebih efisien.

GIS FIAI UII harus memulai melakukan kegiatan rutin mengadakan kajian-kajian dan pembelajaran tentang pasar modal dimulai dari pengelola dan Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) GIS FIAI UII. Sehingga dengan melakukan kegiatan tersebut GIS FIAI UII memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan ahli dalam bidang pasar modal, dan siap memberikan penjelasan kepada mahasiswa serta masyarakat yang akan melakukan investasi saham melalui GIS FIAI UII dengan baik dan benar.

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat mempengaruhi adanya kepuasan konsumen. Untuk itu, GIS FIAI UII sebagai laboratorium yang bergerak dibidang saham harus dapat memberikan pelayanan yang baik dan prima dengan ketepatan pengerjaan pengelolaan dan hasil yang maksimal serta pelayanan pada masyarakat yang akan melakukan investasi di GIS FIAI UII dengan ramah, sehingga dapat memberikan rasa aman dan nyaman dan memberikan kepuasan pada GIS FIAI UII. GIS FIAI UII harus mulai membuat SOP (*Standard Operating Procedure*) pelayanan dan ditempelkan di papan pengumuman sehingga GIS FIAI UII dalam melakukan kegiatan operasionalnya jelas dan terarah. Membuat buku tamu dan dibuat serapi dan sebaik mungkin dan menyiapkan kepada pengunjung yang akan melakukan

kegiatan investasi melalui GIS FIAI UII. Sehingga pelayanan yang dilakukan oleh GIS FIAI UII menjadi lebih baik dan sesuai dengan prosedur.

5. Kegiatan-kegiatan yang kompetitif

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh GIS FIAI UII merupakan salah satu bagian yang penting dalam pemasaran yang dilakukan oleh GIS FIAI UII. Dengan munculnya pengelola-pengelola saham atau lembaga yang bergerak dibidang yang sama, ketatnya persaingan yang ada, maka laboratorium GIS FIAI UII harus dengan sangat jeli dan teliti melihat, memahami keinginan masyarakat umum dan pengunjung. Untuk itu laboratorium GIS FIAI UII diharapkan dapat mengadakan kegiatan-kegiatan yang menarik bagi masyarakat atau pengunjung laboratorium GIS FIAI UII.

Laboratorium GIS FIAI UII juga harus bisa merumuskan dan mengadakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan cara melibatkan masyarakat umum juga tidak hanya dilingkungan mahasiswa dan dosen yang dapat mempengaruhi untuk mengunjungi dan memulai membuka rekening saham melalui laboratorium GIS FIAI UII yang semua itu dapat mempengaruhi. Seperti kondisi politik, nilai tukar rupiah, persaingan, sosial budaya, dan lain-lain supaya laboratorium GIS FIAI UII mengalami peningkatan pengunjung yang akan memulai membuka rekening saham melalui GIS FIAI UII dan belajar bersama tentang pasar modal dalam upaya mengembangkan investasi saham atau pasar modal di Indonesia sehingga dapat bertahan dan bersaing dengan lembaga atau perusahaan yang bergerak dibidang yang sama.

6. Membuat struktur Organisasi secara tertulis

Membuat struktur organisasi secara tertulis sudah sangat dibutuhkan di laboratorium GIS FIAI UII, karena merupakan aspek penting yang harus ada dalam suatu organisasi atau lembaga. Sehingga dengan adanya struktur organisasi yang secara tertulis mendapat kesan yang positif setiap pengunjung datang di laboratorium. Dan tentunya akan mempermudah untuk mendapatkan info tentang struktur keorganisasian yang ada di laboratorium GIS FIAI UII. Sehingga dengan adanya struktur organisasi pengunjung

mengetahui siapa yang berwenang dan bertugas dan pengembangan GIS FIAI UII lebih baik.

7. Menunjuk pengelola secara professional

Dengan jumlah pengelola yang ada saat ini yaitu berjumlah 2 orang, dan dalam menjalankan tugasnya belum bisa bertindak secara profesional dikarenakan kesibukan dan keharusan untuk mengajar, karena pengelola yang ada pada GIS FIAI UII selain menjadi pengelola juga mempunyai tanggung jawab untuk mengajar di kampus Universitas Islam Indonesia. Sehingga akan menjadi lebih baik untuk menunjuk secara profesional pengelola yang akan ditugaskan di GIS FIAI UII. Dengan harapan memberikan kinerja yang baik dan profesional dan dapat selalu hadir di laboratorium GIS FIAI UII dan bekerja secara maksimal. Profesional disini GIS FIAI UII harus memiliki pengelola yang jelas dan bisa bekerja secara baik bisa hadir di GIS FIAI UII sebagaimana jam kerja pada umumnya, dan dari pihak dekan FIAI UII harus memberikan insentif gaji yang jelas kepada pengelola yang ditugaskan untuk menjaga dan mengelola GIS FIAI UII. Karena insentif gaji yang diberikan sangat berpengaruh terhadap kinerja yang dilakukan pada GIS FIAI UII.

Berdasarkan analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa Faktor internal dalam menentukan strategi pengembangan pada Galeri Investasi Syariah (GIS) FIAI UII terdiri dari kekuatan meliputi : adanya organisasi dan manajemen yang baik, memiliki kualitas sumber daya manusia yang berkualitas, memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang dapat mendukung kinerja operasional GIS FIAI UII, dari segi pelayanan keramahan dalam melayani mahasiswa dan dosen, mengadakan kegiatan Stadium General secara rutin, adanya kontribusi positif, membantu perusahaan Phintraco Sekuritas dan Bursa Efek Indonesia, adanya unsur dakwah dan keterbukaan, pemahaman tentang investasi syariah, nominal yang relatif kecil dalam pembukaan rekening saham syariah, sebagai lab atau agen pertama kali di Indonesia yang menyediakan investasi syariah, pihak pengelola memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang investasi saham.

kelemahan terdiri dari, tenaga ahli yang terbatas, kurangnya sarana pendukung, kurangnya aturan pendukung, belum adanya struktur organisasi,

posisi kantor Galeri Investasi Syariah (GIS) FIAI UII belum strategis, masih ada yang belum paham/mengerti tentang bisnis investasi saham syariah, promosi dan pemasaran yang terbatas, belum menyediakan data-data saham secara menyeluruh, pengelola tidak bisa hadir secara terus-menerus, pengelola GIS yang terbatas.

F. Prospek GIS FIAI UII

Pelaksanaan kegiatan investasi saham memiliki potensi yang baik di masa yang akan datang. Adanya perbaikan dalam sistem pelayanan yang di berikan oleh laboratorium GIS FIAI UII terhadap mahasiswa yang berkunjung dan berkeinginan untuk belajar mendalami tentang investasi saham atau pasar modal. Sehingga menjadi salah satu aspek penting yang dapat memberikan dampak positif terhadap prospek pengembangan laboratorium GIS FIAI UII. Perkembangan laboratorium GIS FIAI UII sudah mulai terlihat sejak awal didirikannya dilingkungan kampus Universitas Islam Indonesia, tepatnya di Fakultas Ilmu Agama Islam ditandai oleh beberapa indikator seperti aktifitas diskusi rutin yang dilakukan oleh Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) pada laboratorium GIS FIAI UII, pengelolaan yang baik terhadap transaksi yang akan dilakukan, mendorong perkembangan dan berupaya mengembangkan kegiatan investasi saham atau pasar modal.

Prospek kegiatan investasi saham atau pasar modal yang baik ini, tidak dapat diwujudkan, jika tidak diikuti langkah-langkah strategis yang baik dan benar. Melihat jumlah mahasiswa Fakultas Ilmu Islam yang menjadi tempat keberadaan GIS FIAI UII, selalu meningkat beberapa tahun terakhir dan keberadaan Dosen yang memiliki pemahaman tentang investasi saham menjadikan prospek pengembangan yang baik di masa yang akan datang dengan memperhatikan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Perkembangan investasi saham atau pasar modal semakin pesat sehingga berpeluang untuk mendorong kegiatan perekonomian dan kehidupan di masa yang akan datang.

Namun terdapat beberapa penyebab yang mempengaruhi pengembangan yang akan dilakukan oleh laboratorium GIS FIAI UII diantaranya yaitu kurangnya

pengetahuan dan pemahaman tentang investasi saham atau pasar modal, sehingga prospek dimasa yang akan datang laboratorium GIS UII harus melakukan pemasaran yang lebih luas khususnya dilingkungan kampus dan umumnya dilingkungan masyarakat seperti melakukan seminar edukasi pasar modal ke fakultas-fakultas lain secara rutin dan mengadakan kajian kajian tentang pasar modal. Karena pengetahuan dan pemahaman menjadi awal yang baik untuk melakukan investasi saham.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

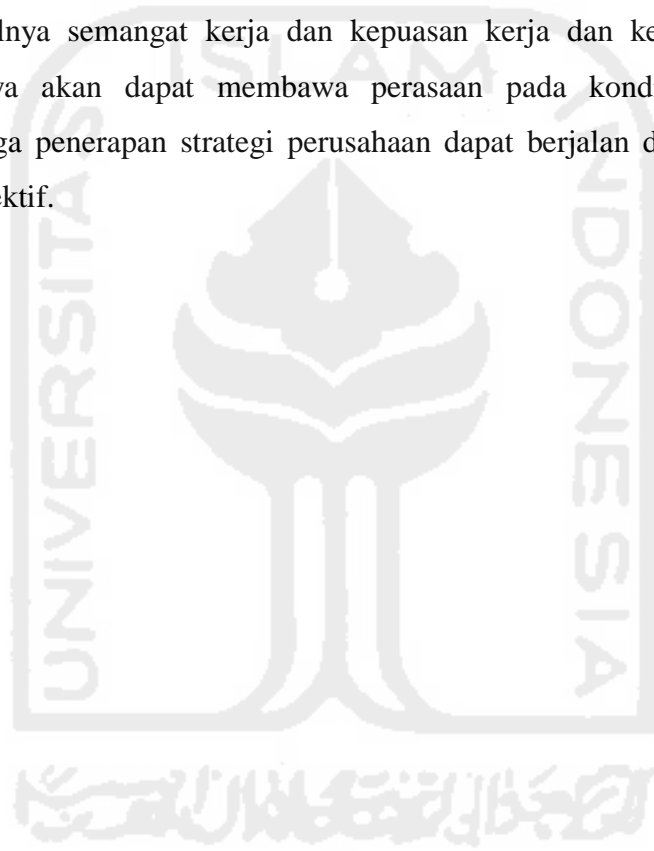
1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Prospek GIS FIAI UII berdasarkan analisis SWOT adalah memiliki potensi yang baik di masa yang akan datang, dengan melakukan perbaikan terutama dalam lingkup internal dan eksternal seperti melakukan kegiatan-kegiatan pengenalan dan edukasi-edukasi pasar modal di lingkup kampus terutam di fakultas-fakultas lain dan masyarakat umum dengan memperhatikan faktor-faktor kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh GIS FIAI UII sehingga berpeluang lebih besar dibandingkan dengan faktor-faktor ancamanya, sedangkan kekuatan lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya. Oleh karena itu laboratorium GIS FIAI UII memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi prestasi kinerja yang lebih baik Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilakukan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan GIS FIAI UII dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang telah dimiliki dan sekaligus memperluas peran dan manfaat yang ada.
2. Strategi Pengembangan GIS FIAI UII berdasarkan analisis SWOT yaitu strategi SO (Mendukung strategi yang agresif) mengadakan perluasan pasar dengan memanfaatkan kegiatan-kegiatan, menyebarluaskan pasar modal dikalangan masyarakat umum, Dosen, Mahasiswa dengan memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang modern untuk meningkatkan dan mengembangkan inovasi pemasaran tentang investasi dan pasar modal yang semakin luas. Strategi WO (Mendukung strategi dengan orientasi putar balik) memperbaiki budaya kerja dan strategi dengan memotivasi pengelola dengan baik dan meningkatkan ketepatan dalam melakukan pemasarannya. Strategi ST (Mendukung Strategi diversifikasi) Mempertahankan kualitas pelayanan dan kegiatan untuk mengatasi persingan terutama persaingan-persaingan yang baru. Strategi WT (Mendukung Strategi defensif) fokus pada usaha perbaikan organisasi melalui perbaikan dalam menentukan strategi pemasaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat disampaikan kepada laboratorium GIS FIAI UII agar laboratorium GIS FIAI UII dapat mempertahankan kondisi pasar yang ada maka sebagai laboratorium GIS FIAI UII harus memperhatikan aspek-aspek pemasaran dalam bidang pasar modal yaitu:

1. Mempertahankan kualitas laboratorium dengan melakukan pengontrolan secara baik terhadap sistem operasional yang dilakukan setiap hari. Sehingga mampu menjadi laboratorium yang menyediakan info tentang investasi saham, dan menjadi sarana untuk belajar dan mengajar antara dosen dan mahasiswa dalam bidang pasar modal. Menyediakan informasi-informasi tentang saham secara menyeluruh sehingga masyarakat dapat mengakses dengan mudah dilingkungan GIS FIAI UII disamping itu peneliti berpendapat bahwa Galeri Investasi Syariah (GIS) FIAI UII memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kineja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan Galeri Investasi Syariah (GIS) dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang yang ada.
2. Memanfaatkan dan meningkatkan investasi dalam kegiatan financial seperti membeli peralatan yang lebih modern , mengingat pertumbuhan pasar yang semakin pesat.
3. Meningkatkan kualitas SDM untuk menghadapi selera pasar yang terus dinamis mengalami perubahan, sehingga dibutuhkan tenaga kerja/pengelola yang handal dalam menciptakan kreatifitas dan inovasi agar mampu mengikuti perkembangan trend pasar saat ini.
4. Dengan strategi SO (*Strength-Opportunity*) dan yang akan dijalankan GIS FIAI UII harus mampu menciptakan peluang-peluang baru yang dapat memberikan perbedaan tersendiri dari laboratorium yang bergerak dipasar modal.

5. Memperbaiki komunikasi internal perusahaan, yaitu dengan komunikasi vertikal (komunikasi pimpinan dan karyawan) dan komunikasi horizontal (komunikasi antar mahasiswa dan Dosen). Komunikasi yang terjalin dengan baik dapat mencegah timbulnya *missed communication* antara pimpinan dengan karyawan ataupun sesama pengelola GIS FIAI UII. Dengan komunikasi yang baik maka dapat terjalin hubungan yang harmonis dalam sebuah laboratorium (hubungan karyawan dengan karyawan). Selain itu juga munculnya semangat kerja dan kepuasan kerja dan kepuasan kerja yang tentunya akan dapat membawa perasaan pada kondisi yang produktif sehingga penerapan strategi perusahaan dapat berjalan dengan baik, efisien dan efektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Fitri Aulianisa. 2014. *Pengaruh Fundamental dan Risiko Sistematis Terhadap Harga Saham di Pasar Modal Syariah (Studi Empiris JII BEI Tahun 2007-2010)*.
- Rais , Sasli, dan Wahkyudin. 2009. *Pengembangan Pegadaian Syariah di Indonesia dengan analisis SWOT* . Jurnal Pengembangan Bisnis dan Manajemen STIE PBM, vol.IX no. 14 April 2009.
- Erwiani, 2014. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Dan Penerapan Strategi Pada Perusahaan (Studi Kasus di Telkom Malang)*.
- Rabina Yunus, 2015. *Strategi Pembangunan Melalui Pengarusutamaan Gender (Analisis SWOT Pada Program Gender Watch Di Kabupaten Gresik)*.
- Rambe, denok almukaromah. 2007. *Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Daya saing pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Wibowo, Edy dan Widodo, Untung Hendy.2005. *Mengapa memilih Bank Syariah?*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Syamsudin Noor. 2014. *Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus pada PT. Astra International Tbk. - Daihatsu Malang)*Widodo, 2009. *Model Pengembangan Evaluasi Strategi*.
- Harahap, Sofyan Syafri.2001.*Peran Akuntansi Islam Dalam Mendorong Implementasi Ekonomi Syariah. Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*. Vol. 3. No. 2. Agustus. h. 403-418.
- Yenida, *Kajian Analisis SWOT Terhadap Usaha Industri Kecil Rotan Kota Padang*, Jurnal Polibisnis, Volume 4 No. 2 Oktober 2012, Hal: 78.
- Prasetyo, Whedy & Sugiono, Kais. 2009. *Analisis Pelaksanaan Stable Growth Strategy Melalui Strategi SWOT Dalam Pengembangan Bank Syariah Di Indonesia*. Jurnal Akuntabilitas. Tahun 02, Nomor 2, Agustus. hal. 44-68.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk menghadapi Abad 21*, Cetakan ke Enam belas , Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2004. *Bunga Rampai Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Islami. Edisi 2004/2005*. Penerbit BPFE. Yogyakarta. Hariadi, Bambang. 2005. *Strategi Manajemen*.

- Wigih Gondo Wiyoto, Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai emas BRI Syari'ah Cabang Yogyakarta Tahun 2009-2011, *Skripsi*, Yogyakarta, 2007, Universitas Islam Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan Ke-16. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2003. *Strategic Manajemen, Edition 5*. 1996. Addison-Wesley Publishing Company Inc. Julianto Agung (Peterjemah). Manajemen Strategis. Andi. Yogyakarta.
- Triyuwono, Iwan. 2000. *Akuntansi Syari'ah: Implementasi Nilai Keadilan dalam Format Metafora Amanah*. Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang: Seminar Nasional Akuntansi Syari'ah.
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Prasetya, Zaldy Anjar. 2012. *Analisis Strategi Pemasaran pada CV. KITA JUNIOR di Yogyakarta*
- Indah Yuliana, 2010, *Investasi produk Keuangan Syariah*, Malang, UIN-MALIKI PRES.
- Idrus Muhammad, *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Erlangga, Yogyakarta, 2009.
- Jusmaliani, 2008, *Investasi Syariah: Implementasi Konsep Pada Kenyataan Empirik*, Yogyakarta, Kreasi Wacana.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010).
- Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution, 2008, *Investasi Pada Pasar Modal Syariah*, Jakarta, Kencana.
- Anonim. 2009. *Modal Pendirian Bank Syariah Diturunkan*. Harian pagi Kompas, 9 Pebruari 2009.
- Arifah,laily. 2009.*Analisis SWOT pada Bank Bukopin Syariah Cabang Surabaya*. Skripsi. IAIN Sunan Ampel.
- Ascarya, Yumanita Diana. 2005. *Bank Syariah :Gambaran Umum Seri Kebanksentralan No. 14*. Jakarta : Gempitan Indonesia. Bank Indonesia. 2003.

- David, Fred R. 2009. *Strategic Management (Manajemen Strategis Konsep)*. Penerbit: Salemba Empat. Jakarta. Fauzi, Yuslam. 2001.
- Dukungan Bank Indonesia Di Dalam Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Pustaka)*. Skripsi (S1). Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang.
- Latifah, Nur Aini. 2002. *Strategi Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*. Tesis Untuk S-2. Program Pascasarjana Universitas Islam Kediri. Kediri.
- Muhamad. 2002. *Manajemen Bank Syariah*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Muhamad. 2008. *Bank Syari'ah: Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman*. Cetakan Kedua. Penerbit EKONISIA Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.
- Muhammad, Suwarsono. 2008. *Matriks & Skenario dalam Strategi*. Cetakan Pertama. Penerbit Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Rangkuti Freddy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2002. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Triyuwono, Iwan. 2000. *Organisasi Dan Akuntansi Syari'ah*. Cetakan Pertama. Penerbit LkiS. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2005. *Strategic Management in action*. Cetakan Kelima. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Yusanto, M. Ismail dan Widjajakusuma, M.K. 2003. *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*. Cetakan 1. Jakarta : Penerbit Khairul Bayaan.