



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Batasan Penelitian .....	6
1.6. Metoda Penelitian.....	6
1.6.1 Dokumentasi .....	7
1.6.2 Observasi.....	7
1.6.3 Wawancara.....	7
1.6.4 Pegolahan Data.....	8
1.7. Metode Analisa Data.....	8
1.8. Sistematika Penulisan .....	9
LANDASAN TEORI .....	10
2.1. Produk Perbankan Syariah .....	10
2.1.1 Produk Penyaluran Dana ( <i>financing</i> /kredit).....	10
2.1.2 Produk Penghimpunan Dana ( <i>funding</i> /DPK).....	12
2.2. Konsep Manajemen Strategi .....	12
2.3. Manajemen Strategi Sektor Publik .....	14
2.4. Analisis Strategi .....	17
2.4.1 Analisis Lingkungan Bisnis .....	17
2.4.2 Analisis SWOT .....	18
2.4.3 <i>Key Success Factor</i> (KSF) .....	19
2.4.4 Model Box-Jenkin atau Metode Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA). .....	21
PROFIL BANK INDONESIA.....	24
3.1 Profil Bank Indonesia.....	24
3.1.1 Struktur Organisasi .....	25
3.1.2 Visi, Misi dan Nilai Strategis Organisasi .....	26
3.1.3 Tujuan dan Tugas Organisasi.....	27
3.2 Profil Direktorat Perbankan Syariah .....	27



## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Batasan Penelitian .....	6
1.6. Metoda Penelitian.....	6
1.6.1 Dokumentasi .....	7
1.6.2 Observasi.....	7
1.6.3 Wawancara.....	7
1.6.4 Pegolahan Data.....	8
1.7. Metode Analisa Data.....	8
1.8. Sistematika Penulisan .....	9
LANDASAN TEORI .....	10
2.1. Produk Perbankan Syariah.....	10
2.1.1 Produk Penyaluran Dana ( <i>financing</i> /kredit).....	10
2.1.2 Produk Penghimpunan Dana ( <i>funding</i> /DPK) .....	12
2.2. Konsep Manajemen Strategi.....	12
2.3. Manajemen Strategi Sektor Publik .....	14
2.4. Analisis Strategi.....	17
2.4.1 Analisis Lingkungan Bisnis.....	17
2.4.2 Analisis SWOT.....	18
2.4.3 <i>Key Success Factor</i> (KSF) .....	19
2.4.4 Model Box-Jenkin atau Metode Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA). ....	21
PROFIL BANK INDONESIA.....	24
3.1 Profil Bank Indonesia .....	24
3.1.1 Struktur Organisasi.....	25
3.1.2 Visi, Misi dan Nilai Strategis Organisasi .....	26
3.1.3 Tujuan dan Tugas Organisasi .....	27
3.2 Profil Direktorat Perbankan Syariah.....	27
3.2.1 Visi dan Misi Direktorat Perbankan Syariah.....	28





3.2.2	Tugas Pokok Direktorat Perbankan Syariah .....	29
3.2.3	<i>Grand Strategy</i> Perbankan Syariah Indonesia.....	29
3.3	Profil Perbankan Syariah Indonesia.....	35
3.3.1	Perbankan Syariah Saat Ini.....	36
3.3.2	Kelembagaan Perbankan Syariah .....	38
3.3.3	Penghimpunan Dana.....	40
3.3.4	Sistem Bagi Hasil Perbankan Syariah .....	40
3.3.5	Produk dan Layanan Perbankan Syariah.....	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		43
4.1	Evaluasi <i>Grand Strategy</i> Bank Indonesia dalam Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. ....	44
4.1.1.	Parameter dan Asumsi.....	44
4.1.1.1.	Parameter .....	44
4.1.1.2.	Asumsi.....	45
4.1.2.	Analisis.....	46
4.1.2.1.	Pencitraan Baru .....	46
4.1.2.1.1.	Posisi Pasar Perbankan Syariah .....	47
4.1.2.1.2.	Differensiasi Pencitraan .....	48
4.1.2.1.3.	Atribut Pencitraan .....	48
4.1.2.1.4.	Diferensiasi Produk .....	50
4.1.2.1.5.	Jumlah SDM Syariah .....	51
4.1.2.1.6.	Fasilitas dan layanan .....	52
4.1.2.1.7.	Branding Perbankan Syariah.....	52
4.1.2.2.	Pemetaan segmentasi pasar perbankan syariah .....	54
4.1.2.2.1.	Orientasi nasabah .....	54
4.1.2.2.2.	Loyalitas nasabah .....	55
4.1.2.2.3.	Produk perbankan konvensional .....	56
4.1.2.2.4.	Segmentasi demografi .....	56
4.1.2.3.	Pengembangan produk .....	58
4.1.2.3.1.	Inovasi Produk .....	58
4.1.2.3.2.	Dominasi Produk.....	59
4.1.2.3.3.	Pengenalan dan Pemahaman Produk .....	60
4.1.2.3.4.	<i>Office Channeling</i> .....	62
4.1.2.4.	Peningkatan Layanan .....	63
4.1.2.4.1.	Kualitas layanan .....	64
4.1.2.4.2.	Dukungan teknologi informasi.....	65



4.1.2.4.3. Kantor perbankan syariah .....	66
4.1.2.4.4. Program sosialisasi dan komunikasi perbankan syariah ...	68
4.1.2.4.5. Komunikasi dan sosialisasi bank syariah .....	69
4.1.2.4.6. Media Sosialisasi dan Komunikasi .....	69
4.1.2.4.7. Strategi komunikasi.....	71
4.1.3. Potensi Keunggulan Strategi .....	73
4.2 Analisa Lingkungan.....	74
4.2.1 Lingkungan Internal .....	74
4.2.1.1 Kekuatan.....	74
4.2.1.2 Kelemahan.....	81
4.2.2 Lingkungan Eksternal.....	86
4.2.2.1 Peluang .....	86
4.2.2.2 Ancaman.....	91
4.2.3 Matriks TOWS .....	95
4.3 Analisa Key Success Factor (KSF).....	98
4.4 Gambaran Umum Prediksi Pertumbuhan Perbankan Syariah .....	100
4.4.1 Identifikasi Model.....	100
4.4.1.1 Uji Stasioner.....	101
4.4.1.2 Pola Korelogram.....	106
4.4.1.3 Estimasi Arima.....	108
4.4.1.4 Prediksi.....	112
4.4.2 Kesimpulan Prediksi.....	114
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Rekomendasi.....	118
DAFTAR PUSTAKA .....	120





## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Pertumbuhan Aset, DPK dan Pembiayaan.....	37
Tabel 4.1. Variabel <i>Grand Strategy</i> .....	44
dilanjutkan.....	44
Tabel 4.2. Variabel dan Indikator Strategi Pencitraan Baru .....	46
Tabel 4.3. Tabel Pertumbuhan jumlah rekening perbankan syariah .....	47
Tabel 4.4. Hasil Penelitian Variabel Posisi Pasar perbankan syariah .....	48
Tabel 4.5. Hasil Penelitian Variabel Differensiasi Pencitraan.....	48
Tabel 4.6. Hasil Penelitian Variabel Atribut Pencitraan .....	50
Tabel 4.7. Hasil Penelitian Variabel Diferensiasi Produk.....	51
Tabel 4.8. Hasil Penelitian Variabel Jumlah SDM Syariah .....	51
Tabel 4.9. Hasil Penelitian Variabel Fasilitas dan Layanan.....	52
Tabel 4.10. Hasil Penelitian Variabel Branding Perbankan Syariah .....	53
Tabel 4.11. Hasil analisis strategi pencitraan baru.....	53
Tabel 4.12. Variabel dan Indikator Pemetaan Segmentasi pasar perbankan syariah .....	54
Tabel 4.13. Hasil Penelitian Variabel Orientasi Nasabah .....	55
Tabel 4.14. Hasil Penelitian Variabel Loyalitas Nasabah.....	55
Tabel 4.15. Hasil Penelitian Variabel Produk Bank .....	56
Tabel 4.16. Hasil Penelitian Variabel Segmentasi Demografi.....	57
Tabel 4.17. Hasil analisis strategi pemetaan segmentasi pasar.....	57
Tabel 4.18. Variabel dan Indikator Pengembangan Produk .....	58
Tabel 4.19. Hasil Penelitian Variabel Atribut Inovasi Produk.....	59
Tabel 4.20. Hasil Penelitian Variabel Atribut Dominasi Produk.....	60
Tabel 4.21. Isu dalam pengembangan produk perbankan syariah .....	60
Tabel 4.22. Hasil Penelitian Variabel Atribut Pengenalan dan Pemahaman Produk .....	61
Tabel 4.23. Hasil Penelitian Variabel <i>Office Channeling</i> .....	62
Tabel 4.24. Hasil analisis strategi pengembangan produk.....	63
Tabel 4.25. Variabel dan Indikator Peningkatan Layanan .....	64
Tabel 4.26. Hasil Penelitian Variabel Kualitas Layanan .....	65
Tabel 4.27. Hasil Penelitian Variabel Atribut Dukungan Teknologi Informasi ...	66
Tabel 4.28. Hasil Penelitian Variabel Kantor Perbankan Syariah .....	67
Tabel 4.29. Hasil analisis strategi peningkatan layanan .....	68
Tabel 4.30. Variabel dan Indikator Peningkatan Layanan.....	68
Tabel 4.31. Hasil Penelitian Variabel Atribut Komunikasi dan Sosialisasi.....	69
Tabel 4.32. Program Sosialisasi Perbankan Syariah.....	70
Tabel 4.33. Kegiatan Komunikasi dan Sosialisasi Perbankan Syariah.....	70
Tabel 4.33. Kegiatan Komunikasi dan Sosialisasi Perbankan Syariah (lanjutan)	71
Tabel 4.34. Hasil Penelitian Variabel Media Sosialisasi dan Komunikasi .....	71



Tabel 4.35. Hasil Penelitian Variabel Strategi Komunikasi .....	72
Tabel 4.36. Hasil analisis program sosialisasi dan komunikasi perbankan syariah .....	73
Tabel 4.37. Hasil analisis strategi peningkatan layanan .....	73
Tabel 4.38. Produk dan Skema Produk Perbankan Syariah.....	78
Tabel 4.39 Jaringan Kantor .....	79
Tabel 4.40. Jaringan Kantor Perbankan Syariah.....	89
Tabel 4.41. Tabel total aset, pembiayaan dan DPK (dalam miliar rupiah) .....	100
Tabel 4.42. Tabel grafik data variabel terhadap runtut waktu .....	102
Tabel 4.43. Tabel Uji Stasioner data Aset menggunakan ADF .....	103
Tabel 4.44. Tabel Uji Stasioner data Pembiayaan menggunakan ADF .....	104
Tabel 4.45. Tabel Uji Stasioner data DPK menggunakan ADF .....	105
Tabel 4.46. Hasil Uji Stasioner Data ( <i>Augmented Dickey-Fulleter</i> (ADF)) .....	106
Tabel 4.47. Tabel Uji Korelogram .....	107
Tabel 4.48. Uji Estimasi Aset .....	108
Tabel 4.49. Model Prediksi Aset.....	109
Tabel 4.50. Uji Estimasi Pembiayaan .....	110
Tabel 4.51. Model Prediksi Pembiayaan.....	111
Tabel 4.52. Uji Estimasi DPK.....	112
Tabel 4.53. Model Prediksi DPK .....	113
Tabel 4.54. Hasil Prediksi ARIMA (dalam miliar rupiah).....	114



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perkembangan Aset, DPK dan PYD .....	2
Gambar 2.1. Metodologi Box Jenkins untuk Model ARIMA .....	22
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Bank Indonesia .....	25
Gambar 3.2. Skema <i>Grand Strategy</i> Pengembangan Pasar Perbankan Syariah ...	30
Gambar 3.3. Program pencitraan baru perbankan syariah .....	33
Gambar 3.4. Matrik Segmentasi Konsumner Perbankan Syariah .....	34
Gambar 3.5. Pertumbuhan FDR, Aset, DPK, PYD .....	38
Gambar 3.6. Bentuk kelembagaan perbankan syariah .....	39
Gambar 3.7. Perkembangan DPK Perbankan Syariah .....	40
Gambar 4.1. Logo Industri Perbankan Syariah Indonesia .....	49
Gambar 4.2. Skema strategi implementasi " <i>beyond banking</i> " .....	50
Gambar 4.3. pendekatan baru pengkomunikasian produk perbankan syariah .....	61
Gambar 4.4. pendekatan baru channeling .....	62
Gambar 4.5. Jumlah BPRS berdasarkan lokasi .....	66
Gambar 4.6. Layanan Syariah ( <i>Office Channeling</i> ) .....	67
Gambar 4.7. Statistik Jumlah Rekening BUS dan UUS .....	88
Gambar 4.8. Matriks TOWS .....	97