

**ANALISIS STRATEGI BERSAING PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM
MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF
(STUDI KASUS BAITUL MAAL WA TAMWIL BINA IHSANUL FIKRI
YOGYAKARTA)**

**AN ANALYSIS ON COMPETITIVE STRATEGIES OF MURABAHAH FINANCING
IN INCREASING COMPETITIVE ADVANTAGES**

Lulu' Dina Maslikhah & Syah Amelia Manggala Putri

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183
Email: luludinamaslikhah343@gmail.com
manggalaputri89@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing pembiayaan murabahah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif usaha mikro BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Penelitian ini jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pembiayaan murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta secara garis besar dari pemohon mengajukan syarat – syarat yang telah ditentukan ke bagian pembiayaan guna di tindaklanjuti oleh surveyor sampai dengan serah terima barang dan kemudian akad. Strategi dalam meningkatkan competitive advantage dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal maka didapatkan strategi SO yaitu 1) Mengembangkan produk, 2) Menerapkan sistem jempuit bola. Strategi ST yaitu 1) Mempertahankan kualitas, 2) Meningkatkan pelayanan. Strategi WO yaitu 1) Perluasan jaringan, 2) Memberikan Pelatihan/Seminar untuk meningkatkan kompetensi pegawai. Strategi WT yaitu 1) Meningkatkan pemahaman dan memberikan edukasi kepada masyarakat, 2) Mengutamakan penguasaan wilayah di sekitar BMT agar mampu bersaing dengan kompetitor.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Murabahah, Kunggulan Kompetitif

Abstract

This research aims to find out the competitive strategies of murabahah financing in increasing micro enterprises competitive advantages in BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. This research is descriptive qualitative. The data collection techniques were conducted through interview, observation and documentation. The research findings show that the practice of murabahah financing in BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta have some steps starting from the applicant submits the requirements set to the financing unit to be followed up by the surveyor to the handover of the item and then the agreement. The strategies in improving competitive advantages by considering the internal and external factors are formulated in the followings: The SO strategies are 1) Developing products, 2) Implementing active marketing; The ST strategies are 1) Maintaining quality, 2) Improving services; The WO strategies are 1) Extending network,

2) *Providing training/ seminar to increase the employees' competence; The WT strategies are 1) Improving understanding and providing education for the society, 2) Prioritizing territorial control around BMT in order to be able to compete with other competitors.*

Keywords: *Competitive Strategies, Murabahah, Competitive Advantages*

PENDAHULUAN

Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah diketahui mengambil peran yang strategis dalam perekonomian, terutama BMT yang terus mengalami peningkatan sejak tahun 2015, bahkan BMT mampu menyalurkan kredit sebanyak 1,9 persen dari jumlah kredit perbankan di Indonesia.¹ Persaingan tersebut juga terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Di mana terdapat beberapa BMT bergerak dalam pemberdayaan masyarakat serupa. Daftar laporan Pusat Koperasi Syariah yang menjadi anggota PUSKOPSYAH DIY menunjukkan pada tahun 2013 terdapat 73 BMT, tahun 2014 terdapat 81 BMT dan pada tahun 2015 tercatat 89 BMT di Yogyakarta.² Ketatnya tingkat persaingan juga dialami salah satu BMT yang ada Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu BMT Bina Ihsanul Fikri, yang letaknya berdekatan dengan beberapa Bank, BMT dan koperasi syariah lainnya. Tingginya tingkat persaingan suatu usaha dapat dilihat dari perkembangan usaha dan banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama dan menawarkan jasa dan produk yang sama sehingga dapat berdampak pada penurunan pendapatan.³

Pemasaran dilakukan secara berkelanjutan mengikuti tuntutan zaman sebab jika tidak dilakukan inovasi, banyaknya persaingan dapat menurunkan kinerja keuangan BMT dengan inovasi yang berbeda. Adanya penurunan pembiayaan pada tahun 2016 menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin kurang optimal dalam menghadapi para pesaing yang ada. Oleh sebab itu diperlukan strategi bersaing yang tepat agar mendongkrak kembali pembiayaan BMT BIF. Strategi merupakan bagian dari manajemen yang sangat penting untuk diperhatikan. Sebagai lembaga keuangan syariah,

¹ Mujiono, Slamet. 2017. Eksistensi Lembaga Keuangan Mikro: Cikal Bakal Lahirnya BMT di Indonesia. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan-Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember*. Diakses di <https://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf/article/view/138> pada tanggal 25 Agustus 2018 pukul 10.00 WIB.

² Sutardi dan Unggul Priyadi. 2017. *Lembaga Keuangan Mikro Syariah: Konsep dan Aplikasi*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Cetakan Pertama.

³ Ulya, Faizatul. 2015. Strategi Bersaing Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KJKS BMT BUS LASEM. *Skripsi: UIN Walisongo*.

BMT harus berpegang teguh pada prinsip syariah. Banyaknya lembaga keuangan syariah, menjadikan posisi BMT dalam mengoptimalkan strategi dan berdaya kompetitif yang kuat serta bisa bersaing dengan lembaga yang lain.⁴

Produk di BMT BIF Yogyakarta salah satunya yang paling banyak diminati yaitu murabahah. Data pembiayaan usaha mikro pada produk murabahah selama 5 tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 1
Tabel Jumlah Pembiayaan BMT BIF Yogyakarta

Tahun	Jumlah Pembiayaan Akad Murabahah	Prosentase
2013	27.120.824.909	57,99%
2014	39.296.816.164	59,00%
2015	48.193.509.543	67,00%
2016	47.749.927.454	68,71%
2017	55,669,788,650	67,11%

(Sumber : BMT BIF Yogyakarta, 2018)

Data pembiayaan murabahah terjadi penurunan tahun 2016. sedangkan tahun 2017 mengalami peningkatan sehingga terjadi kondisi yang tidak menentu terkait dengan produk murabahah, sehingga dibutuhkan strategi bersaing dan inovasi yang berkelanjutan. Penurunan pada tahun 2016 terjadi karena adanya beberapa faktor diantaranya kondisi ekonomi yang belum stabil sehingga masyarakat belum konsumtif membeli suatu produk, banyaknya nasabah yang beralih ke pembiayaan yang lain dan kebutuhan nasabah yang lebih banyak diluar juali beli. Strategi bersaing di BMT belum terlaksana maksimal karena banyak produk BMT yang lain juga memiliki keunggulan kompetitif.

Manfaat dalam penelitian ini yaitu sebagai suatu bahan informasi ilmiah untuk menambah wawasan serta pengetahuan bagi penulis khususnya dan pembaca seputar strategi bersaing pada pembiayaan murabahah yang terdapat pada BMT untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Selain itu, bagi lembaga penelitian bidang BMT khususnya bidang strategi bersaing.

Bagi BMT, memberikan saran dan masukan bagi BMT Bina Ihsanul Fikri dalam hal strategi bersaing pembiayaan murabahah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menambahkan informasi

⁴ Nita, Desta Marta. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Produktif BMT dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dalam Perpektif EkonoI Islam. *Skripsi*: IAIN Raden Intan Lampung.

yang lengkap mengenai KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri sehingga masyarakat tertarik untuk bergabung atau menabung di BMT Bina Ihsanul Fikri. Bagi peneliti dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan ilmu mengenai strategi bersaing produk dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.

LANDASAN TEORI

Strategi Bersaing

Keberadaan strategi dalam bersaing merupakan hal yang perlu diperhatikan perusahaan, tidak terkecuali BMT. Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu *“ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu di perang dan damai, rencana yang cermat mengenai, kegiatan untuk mencapai sasaran khusus, tempat yang baik menurut siasat perang”*.⁵

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan bersaing atau kompetitif merupakan tindakan dan keahlian dalam menyusun strategi guna berkompetisi dengan organisasi atau perusahaan lain dan menjadi nilai positif bagi perusahaan. Perusahaan mampu bersaing dalam pasar perekonomian akan lebih banyak memperoleh keuntungan dan mampu mengembangkan usahanya.⁶

Cara Mempertahankan Keunggulan Kompetitif

Mempertahankan keunggulan suatu organisasi adalah hal yang sulit, akan tetapi perusahaan akan terus mempertahankan keunggulan selama mungkin agar tetap berkembang dan bertahan dalam pasar. Untuk mempertahankan keunggulan, perusahaan harus dapat mengidentifikasi keunggulan operasional yang efektif, keunggulan produk dan teknologi yang selalu berinovasi, dan kedekatan perusahaan dengan pelanggan dalam upaya membangun citra *image* tentang perusahaan dalam benak pelanggan.

Pembiayaan Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli atas suatu barang, dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, setelah sebelumnya penjual menyebutkan

⁵ KBBI, 2012. Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI).[Online]Available at: <http://kbbi.web.id/pusat>

⁶ Ramli, 2005. *Teori Dasar Akuntansi Syariah*, Jakarta: Renaisan.

dengan sebenarnya harga perolehan atas barang tersebut dan besarnya keuntungan yang diperolehnya.⁷

Rukun dan Syarat Murabahah

Rukun dan syarat dan murabahah diantaranya yaitu a) Penjual (ba'i), b) Pembeli (Musytari'), c) Objek jual beli (mabi'), d) Harga (tsaman), e) Ijab qabul. Syarat jual yaitu a) Pihak yang berakad sama-sama ikhlas, mempunyai kekuasaan untuk melakukan jual beli, b) Barang atau objek. Barang itu ada meskipun tidak ditempat. Akan tetapi, ada pernyataan kesanggupan untuk mengadakan barang itu. Barang itu milik sah penjual, barang yang diperjualbelikan masih berwujud, tidak termasuk kategori yang diharamkan, dan sesuai dengan pernyataan penjual c) Harga jual bank adalah harga beli ditambah keuntungan. Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian. Sistem pembayaran dan jangka waktunya disepakati bersama.⁸

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pihak yang memiliki pemahaman tentang kegiatan dan praktik perbankan secara umum, yaitu pihak manager maupun karyawan BMT dan nasabah murabahah di BMT Ihsanul Fikri Yogyakarta.

Pengujian validitas dan reliabilitas atau pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan pengujian kredibilitas Analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data.⁹ Dari hasil wawancara selanjutnya akan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Agar perencanaan strategis ini tercapai maka pembuat strategi harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan berupa *Strenght*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* pada situasi sekarang dengan penentuan faktor IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*), EFAS (*External Strategic Factors Summary*) dan SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*).¹⁰

⁷ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal. 2011. "Islamic Financial Management: Teori, Konsep dan Aplikasi: Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, dan Mahasiswa.", Jakarta: Bumi Aksara.

⁸ Susanto dan Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pustaka Setia: Bandung.

⁹ Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.

¹⁰ Muhammad, Suwarsono. 2008. *Matriks dan Skenario dalam Strategi*. Unit Penerbit dan Percetakan: Yogyakarta. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Bersaing Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif.

Strategi Bersaing BMT BIF Yogyakarta dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif.

Membuat variasi produk simpanan dan pembiayaan.

Penghimpunan dana BMT BIF dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dilakukan dengan menyediakan produk Simpanan Mudharabah, Simpanan Pendidikan, Simpanan Qurban, dan Deposito Mudharabah. Sedangkan dalam produk pembiayaan yaitu, Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Al-Qard dan Ijarah. Dalam beberapa produk tersebut yang paling diminati adalah produk pembiayaan murabahah, karena bisa membantu nasabah yang mempunyai usaha mikro yang membutuhkan pembelian barang untuk mengembangkan usahanya. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pembiayaan murabahah merupakan variasi produk yang paling diminati. Pembiayaan atau transaksi murabahah yang didasarkan pada konsep jual beli sampai saat ini masih merupakan pembiayaan yang bersifat konsumtif dan merupakan salah satu produk andalan serta sangat berperan penting dalam lembaga keuangan syariah termasuk di lembaga mikro syariah (BMT). Transaksi ini sangat populer di kalangan masyarakat karena syarat pada transaksi ini termasuk simpel dan mudah untuk dilaksanakan. Nasabah lebih mengandalkan murabahah untuk mendapatkan dana talangan dalam memenuhi kebutuhan mereka yang tidak dapat mereka bayarkan secara tunai, apalagi dengan adanya akad murabahah di lembaga keuangan mikro syariah ini sangat membantu khususnya masyarakat kecil untuk memenuhi kebutuhannya.

Sosialisasi kepada masyarakat

Untuk mempercepat pertumbuhan BMT maka solusi terbaik adalah dilakukan kerjasama dengan perorangan, instansi maupun masyarakat sekitar. Untuk mewujudkan hal tersebut dapat dilakukan dengan sosialisasi melalui radio, promosi serta silaturahmi ke calon nasabah potensial. Sosialisasi yang aktif diberikan kepada masyarakat dapat dilakukan dalam berbagai hal. Seperti yang sudah dijelaskan pada hasil wawancara bahwa melalui acara pengajian

BMT BIF Yogyakarta melakukan sosialisasi terkait tema-tema yang berkaitan dengan ekonomi syariah dan sudah dilakukan selama 3 tahun terakhir. Perlu adanya kegiatan sosialisasi produk dan layanan BMT secara intensif dan berlanjut kepada masyarakat baik melalui kampanye syariah, pekan olah raga syariah, ceramah di masjid/ majlis taklim, membuat seminar dan lain sebagainya, adanya kegiatan tersebut akan memberikan pemahaman persepsi secara tepat kepada masyarakat mengenai operasional lembaga mikro syariah. Jaringan BMT harus dikuatkan dengan aktif di semua organisasi. Tentunya dalam perluasan jaringan perlu adanya faktor pendukung secara internal dan eksternal. Perluasan jaringan internal yaitu dengan adanya Sumber Daya Manusia yang mampu berkontribusi dalam mengembangkan BMT. SDM harus dipersiapkan untuk bisa ditempatkan dicabang manapun. Perluasan jaringan eksternal, kita membangun jaringan orang-orang sekitar. Mempunyai tokoh di daerah itu untuk menjadi penggerak masyarakat untuk menjadi anggota di BMT BIF. Pengelolaan BMT setidaknya menjadi tokoh masyarakat atau menjadi Da'i karena akan lebih mudah membangun jaringan di masyarakat.

Merekrut Sumber Daya Insani (SDI) yang kompeten

Problem utama Sumber Daya Insani (SDI) di BMT adalah rendahnya minat orang untuk karir di BMT. Apabila BMT mau tetap eksis, maka harus kompetitif, professional, dan menjadi pilihan bagi Sumber Daya Insani (SDI) yang unggul, *competence*, berkarakter dan mampu memberikan kesejahteraan bagi para SDI sehingga mereka bersemangat mengembangkan ekonomi syariah. Keunggulan yang dihadirkan di BIF ini yang pertama itu masalah Sumber Daya Insani (SDI), karena SDI di BMT BIF Yogyakarta sebagai garda ke depan. Jika Sumber Daya Insani (SDI) bagus maka kualitas yang diberikan BMT BIF Yogyakarta kepada masyarakat akan lebih optimal. Salah satu keunggulan di BMT BIF masalah Sumber Daya Insani (SDI) yang pertama hal pendidikan yaitu rata-rata karyawan mayoritas adalah lulusan S1, untuk D3 hanya beberapa saja dan lulusan SMA 2 orang. Sumber Daya Insani di BMT BIF itu unggul dalam hal pelatihan karena setiap satu bulan sekali beberapa karyawan diikutsertakan dalam berbagai pelatihan. Baik itu pelatihan yang

diadakan oleh Dinas, PUSKOPSYAH, ABSINDO, atau lembaga pelatihan yang lain. Selain itu Sumber Daya Insani di BMT BIF masih muda dan *fresh graduate*, sehingga memiliki semangat yang luar biasa dalam memasarkan produk yang ada di BMT yaitu melalui media sosial, *door to door*, serta organisasi-organisasi yang berkerjasama dengan BMT. Dengan banyaknya organisasi yang bekerjasama dan Sumber Daya Insani (SDI) yang handal maka menjadi strategi bersaing BMT BIF dalam keunggulan kompetitif (Hasil wawancara dengan Bapak Sutardi pada tanggal 19 Desember 2018 Pukul 09.00 WIB).

Efisiensi dan efektivitas di segala bidang.

Melihat persaingan lembaga yang sangat ketat, maka BMT pun perlu menerapkan efisiensi dan efektivitas. Beberapa strategi yang dilakukan misalnya : modal angsuran harian diubah menjadi mingguan atau bulanan, kontrol angsuran yang ketat kepada mitra, dokumen / form – form dibuat sederhana, dan lain-lain. BMT BIF Yogyakarta melihat efisiensi di segala bidang tersebut yaitu dengan penghematan biaya. Pihak BMT menekan berapa biaya yang harusnya dikeluarkan agar tidak berlebihan dalam pengeluaran dana. Mengenai efisiensi pada BMT BIF dilihat berdasarkan RAT bobotnya masih tinggi, tetapi dilakukan berbagai usaha agar bobotnya setidaknya 80% karena selama ini melebihi dari 80%. Cara agar bisa bersaing pada kompetitor dalam hal biaya yang dilakukan oleh BMT BIF Yogyakarta yaitu dengan mengutamakan efektivitas dan efisiensi biaya – biaya murah dalam hal bersaing, contohnya pada saat pengumuman dalam pengadaan produk atau program baru menggunakan *pamflet* saat ini sudah tidak digunakan lagi, cukup dengan media sosial. Contoh lain yaitu dengan menghemat biaya iklan, iklan di televisi lokal biasanya 1 bulan sekali sekarang 1 tahun 1 kali.

1. Analisis SWOT

a. Tabel IFAS

Tabel 1
Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*)

1	2	3	4
Faktor Strategi Internal	Bobot	Peringkat	Terbobot
<i>Kekuatan (Strengths)</i>			
1. Sumber Daya Insani yang kompeten	0,15	5	0,75
2. Pendampingan yang intensif	0,10	4	0,40
3. Pelayanan yang <i>personality</i>	0,10	3	0,30
4. Didukung oleh masyarakat	0,10	3	0,30
5. Lokasi kantor yang strategis	0,10	3	0,30
6. Syarat pengajuan mudah	0,10	2	0,20
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
1. Penguasaan wilayah	0,15	5	0,75
2. Pemahaman marketing dalam membedakan penggunaan akad pembiayaan	0,10	2	0,20
3. Kurang sosialisasi	0,10	2	0,20
Total	1,00		3,40

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Tabel 1 menunjukkan bahwa Bobot yang diberikan disesuaikan oleh peneliti agar total bobot pada akhirnya 1.00 (sesuai dengan aturan yang ada) berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber-narasumber yang ada dan diskusi yang dilakukan dengan pihak BMT BIF Yogyakarta. Bobot yang diberikan dari rentang 0.0 yang berarti tidak penting sampai dengan 1.0 yang berarti paling penting. Skor total terbobot menunjukkan angka 3,40 yang berarti menunjukkan bahwa manajemen sudah cukup baik (rata-rata) menanggapi faktor-faktor strategi internal yang ada dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi BMT BIF Yogyakarta.

b. Tabel EFAS

Tabel 2
Tabel EFAS (*External Strategic Factors Summary*)

1	2	3	4
Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Peringkat	Terbobot
<i>Peluang (Opportunity) :</i>			
1. Potensi pasar yang berkembang	0,25	4	1,00
2. Respon positif masyarakat tentang produk pembiayaan di BMT	0,20	4	0,80
3. Sistem jemput bola merupakan pelayanan yang ekstra pada anggota	0,10	3	0,30
<i>Ancaman (Threats) :</i>			
1. Kurang pemahaman masyarakat mengenai pola ekonomi syariah	0,25	4	1,00
2. Kompetitor baru di area yang sama	0,10	3	0,30
3. Banyaknya lembaga keuangan yang saat ini berpola syariah	0,10	3	0,30
Total	1.00		3,70

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Hasil analisis tabel EFAS diatas yaitu bobot diberikan berdasarkan faktor-faktor yang memiliki kemungkinan mempengaruhi posisi strategis BMT BIF Yogyakarta yang disesuaikan oleh peneliti agar total bobot pada akhirnya 1.00 (sesuai dengan aturan yang ada) berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber-narasumber yang ada dan diskusi yang dilakukan dengan pihak BMT BIF Yogyakarta. Skor total terbobot menunjukkan angka 3,70 yang berarti menunjukkan bahwa manajemen sudah cukup baik (rata-rata) menanggapi faktor-faktor strategi eksternal yang ada dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi BMT BIF Yogyakarta.

c. Tabel SFAS dan Analisisnya

Tabel 3
Tabel SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*)

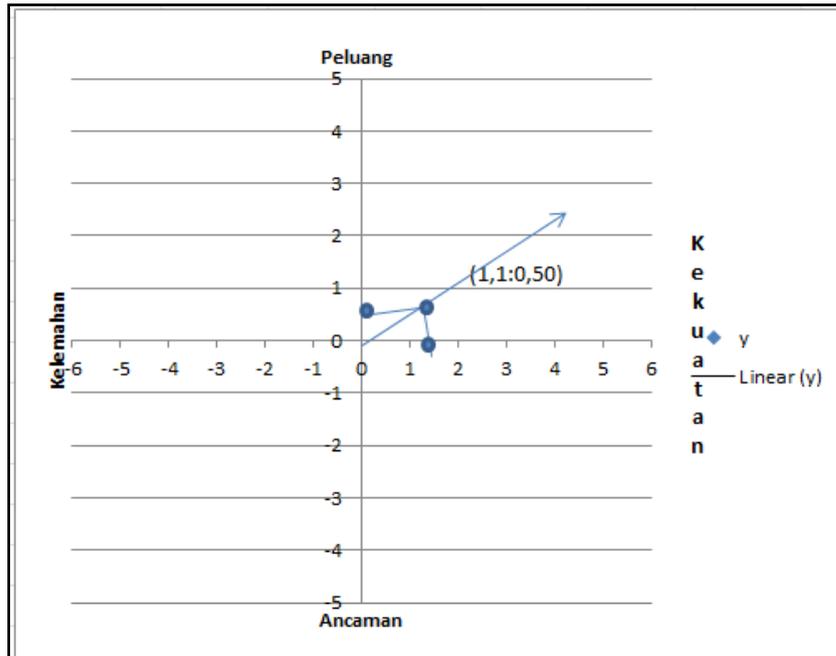
Faktor Strategis Kunci	Bobot	Peringkat	Skor Terbobot	Durasi		
				Pj	Mg	Pk
1. Sumber Daya Insani yang kompeten	0,15	5	0,75			X
2. Penguasaan wilayah	0,15	5	0,75			X
3. Potensi pasar yang berkembang	0,25	4	1,00			X
4. Respon positif masyarakat tentang produk pembiayaan di BMT	0,20	4	0,80			X
5. Kurang pemahaman masyarakat mengenai pola ekonomi syariah	0,25	4	1,00			X
Total	1,00		4,30			

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Berdasarkan hasil analisis situasi pada tabel diatas, diperoleh angka 4,30 pada total kolom skor terbobot, hal ini berarti BMT BIF Yogyakarta dianggap sudah cukup baik (berdasarkan rating 1-5) dalam menanggapi faktor-faktor strategi kunci yang ada dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi BMT BIF Yogyakarta dimana angka 4 sudah menunjukkan arti rata-rata mendekati angka 4,50 yang berarti di atas rata-rata dalam menghadapi atau menanggapi situasi perusahaan yang ada. Sedangkan kolom durasi pada seluruh faktor strategis kunci pada tabel SFAS berada pada durasi menengah yang berarti sudah diatasi atau ditanggapi.

d. Matrix SWOT dan Analisisnya

Adapun cara untuk menentukan pilihan strategi dengan membuat perhitungan sebagai berikut: menjumlahkan nilai kekuatan dikurangi nilai kelemahan, sebagai berikut: $2,25 - 1,15 = 1,1$ habisnya lebih besar kekuatan daripada kelemahan. Selanjutnya menjumlahkan nilai peluang dikurangi nilai ancaman sebagai berikut: $2,1 - 1,6 = 0,5$ hasilnya lebih besar peluang dibandingkan ancaman. Hal tersebut menunjukkan pilihan yang paling strategis adalah mengoptimalkan peluang.



Gambar 1
Matrik Pilihan Strategi Utama

Berdasarkan analisis grafik tersebut BMT BIF Yogyakarta berada di kuadran 1 Strategi SO. Artinya BMT BIF Yogyakarta sudah cukup baik dapat melakukan pendekatan lebih intensif dengan Mengembangkan Produk Menggunakan strategi jemput bola. menganalisis situasi perusahaan, maka selanjutnya adalah mengidentifikasi cara-cara alternatif sehingga organisasi dapat menggunakan kekuatan-kekuatan khususnya untuk menggunakan kesempatan atas peluang-peluang atau untuk menghindari ancaman-ancaman, dan mengatasi kelemahan-kelemahannya dengan menyusun matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) sebagai berikut :

Tabel 4
Matrix SWOT

	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber Daya Insani yang kompeten 2. Pendampingan yang intensif 3. Pelayanan yang <i>personality</i> 4. Didukung oleh masyarakat 5. Lokasi kantor yang strategis 6. Syarat pengajuan mudah 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penguasaan wilayah 2. Pemahaman marketing dalam membedakan penggunaan akad pembiayaan 3. Kurang sosialisasi
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi pasar yang berkembang 2. Respon positif masyarakat tentang produk pembiayaan di BMT 3. Sistem jemput bola merupakan pelayanan yang ekstra pada anggota 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan Produk 2. Menggunakan strategi jemput bola 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perluasan jaringan eksternal 2. Memberikan Pelatihan/Seminar Untuk Meningkatkan Kompetensi Pegawai
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang pemahaman masyarakat mengenai pola ekonomi syariah 2. Kompetitor baru di area yang sama 3. Banyaknya lembaga keuangan yang saat ini berpola syariah 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas 2. Meningkatkan pelayanan dengan SDI yang kompeten 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Edukasi Berupa Penyuluhan atau Sosialisai Kepada Masyarakat yang Menjadi Sasaran. 2. Mengutamakan penguasaan wilayah di sekitar BMT agar mampu bersaing dengan kompetitor

Sumber : Data yang sudah Diolah

Berdasarkan pendekatan tersebut, kemungkinan-kemungkinan yang dapat dilakukan oleh BMT BIF Yogyakarta dalam menentukan strategi bersaing produk pembiayaan murabahah adalah sebagai berikut.

1) Menghasilkan strategi SO

- a. Mengembangkan produk yang sudah ada sesuai dengan permintaan pasar tetapi tetap dengan mempertahankan kualitas yang sudah ada.

- b. Menerapkan sistem jemput bola dimana petugas yang akan mengambil setiap tabungan nasabah sesuai waktu yang telah disepakati sehingga nasabah tidak perlu datang ke kantor dan nasabah juga akan menjadi lebih rutin dan teratur dalam menabung.

2) Menghasilkan strategi ST

- a. Mempertahankan kualitas yang diberikan kepada nasabah dengan mengutamakan rasa kekeluargaan.
- b. Meningkatkan pelayanan dengan SDI yang kompeten karena mayoritas karyawan BMT BIF Yogyakarta adalah lulusan S1 yang sudah berpengalaman dan memiliki kompetensi yang baik.

3) Menghasilkan strategi WO

- a. Perluasan jaringan eksternal dengan membangun jaringan masyarakat maupun tokoh masyarakat sekitar.
- b. Memberikan Pelatihan/Seminar untuk meningkatkan kompetensi pegawai melalui berbagai pelatihan yang diadakan oleh Dinas, PUSKOPSYAH, ABSINDO, atau lembaga pelatihan yang lain.

4) Menghasilkan strategi WT

- a. Meningkatkan pemahaman dan memberikan edukasi kepada masyarakat yang menjadi sasaran Produk Pembiayaan Murabahah dengan cara sosialisasi tentang ekonomi syariah melalui pengajian.
- b. Mengutamakan penguasaan wilayah di sekitar BMT agar mampu bersaing dengan kompetitor.

KESIMPULAN

Praktik pembiayaan murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta secara garis besar terdiri dari pemohon mengajukan syarat – syarat yang telah ditentukan ke bagian pembiayaan guna ditindaklanjuti oleh *surveyor*. Kemudian *surveyor* melakukan analisa terhadap calon anggota yang akan melakukan pembiayaan. Tahap selanjutnya setelah dilakukan survey adalah diadakan rapat komite dan apabila hasilnya diterima akan dilanjutkan dengan pengadaan barang kemudian dilakukan erah terima barang dan dan yang terakhir adalah pelaksanaan akad murabahah. Strategi dalam meningkatkan *competitive advantage* dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yaitu strategi SO mengembangkan produk dan menerapkan sistem jemput bola. Strategi ST yaitu mempertahankan kualitas dan meningkatkan pelayanan. Strategi WO yaitu perluasan jaringan dan memberikan Pelatihan/Seminar untuk meningkatkan kompetensi pegawai. Strategi WT yaitu meningkatkan pemahaman dan memberikan edukasi kepada masyarakat serta mengutamakan penguasaan wilayah di sekitar BMT agar mampu bersaing dengan kompetitor.

Saran

Setelah melakukan penelitian tersebut, terdapat beberapa saran yang mungkin bisa ditambahkan bagi BMT BIF Yogyakarta sebagai berikut: (1) Memperbaiki beberapa kondisi yang dianggap sebagai kekurangan oleh lembaga yaitu kurangnya sosialisasi yang dilakukan BMT, kurangnya penguasaan wilayah serta permasalahan Sumber Daya Insani maupun lembaga BMT Bina Ihsanul Fikri secara keseluruhan. (2) Memaksimalkan segala potensi yang dimiliki oleh lembaga, berupa lingkungan yang potensial, sumberdaya manusia yang unggul dan sumberdaya lainnya, demi tetap menjadi lembaga BMT terbesar dan terbaik di Kota Yogyakarta. Hal ini dapat dilakukan dengan mengutamakan sosialisasi kepada masyarakat dan melakukan perluasan jaringan. (3) Memasukkan alternative strategi pengembangan BMT yang telah peneliti lakukan, kedalam program pengembangan strategi yang ada di BMT Bina Ihsanul Fikri. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik atau akan meneliti lebih dalam mengenai strategi BMT, diharapkan penelitian dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdullah, Ma'ruf. 2010. *Wirausaha Berbasis Syariah*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Arif, Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta: Yogyakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Dirgantoro, 2001. *Keunggulan Bersaing Melalui Proses Bisnis*, Jakarta: PT Grasindo.
- Herry Sutanto, Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Huda, Putra, Novarini dan Mardoni. 2016. *Baitul Mal Wa Tamwil*. Amzah: Jakarta
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Kencana Prenadamedia Group: Jakarta.
- Kismono, Gugup. 2012. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BEFE.
- Muhammad, Suwarsono. 2008. *Matriks dan Skenario dalam Strategi*. Unit Penerbit dan Percetakan: Yogyakarta.
- Muhammad Yusuf, 2010. “*Analisis Penerapan Pembiayaan Murabahah Berdasarkan Pesanan dan Tanpa Pesanan serta kesesuaian dengan PSAK 102*”, BINUS University: Jakarta.
- Purwanto, Djoko. 2011. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Ramli, 2005. *Teori Dasar Akuntansi Syariah*, Jakarta: Renaisan.
- Rangkuti, Freddy. (2010). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Statistik Perbankan Syariah OJK tahun 2017. Volume 15 No. 10 September ISSN No. 1858 – 423
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung
- Susanto dan Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pustaka Setia: Bandung.
- Sutardi dan Unggul Priyadi. 2017. *Lembaga Keuangan Mikro Syariah: Konsep dan Aplikasi*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Cetakan Pertama.
- Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal. 2011. “*Islamic Financial Management: Teori, Konsep dan Aplikasi: Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, dan Mahasiswa*.”, Jakarta: Bumi Aksara.

JURNAL :

- Anam. 2015. Implementasi Strategi Pemasaran Di BMT Pahlawan Tulungagung. Diakses di <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/1852/> pada tanggal 25 Agustus 2018 pukul. 10.00 WIB.
- Atih Rohaeti Dariah. 2012. Improving Social Capital of BMT (Baitul Mal Watamwil): An Experience From Bmt Lathifah, Sumedang Indonesia. *The International Journal of Social Sciences Vol. 4 No.1*. Diakses di <https://www.tijoss.com/4th%20Volume/Atih%20Rohaeti%20Dariah.pdf>. pada tanggal 25 Agustus 2018 pukul. 10.00 WIB.
- Erni. 2007. Mencapai Keunggulan Kompetitif Dengan Berfokus Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Vol. 7, No. 1, April : 8 – 19*. <https://media.neliti.com/media/publications/23368-ID-mencapai-keunggulan-kompetitif-dengan-berfokus-pada-kepuasan-pelanggan.pdf> pada tanggal 25 Agustus 2018 pukul. 10.00 WIB.
- Mohamad Nazirwan. 2015. The Dynamic Role and Performance of *Baitul Maal Wat Tamwil*: Islamic Community - Based Microfinance in Central Java. Diakses di <http://vuir.vu.edu.au/26242/> pada tanggal 25 Agustus 2018 pukul. 10.00 WIB.
- Mujiono, Slamet. 2017. Eksistensi Lembaga Keuangan Mikro: Cikal Bakal Lahirnya BMT di Indonesia. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan-Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember*. Diakses di <https://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf/article/view/138> pada tanggal 25 Agustus 2018 pukul. 10.00 WIB.
- Munthe, Nasution and Yusuf 201). Competition Capability Analysis of Micro Syariah Finance Board in Era of ASEAN Economic Community (Case Study in Saving and Loan Cooperation and Syariah Defrayer Baitul Maal wat Tamwil in Medan City). *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 22, Issue 5, Ver. 7 (May) PP 44-47*. Diakses di <http://www.iosrjournals.org/iosrjhss/papers/Vol.%2022%20Issue5/Version-7/H2205074447.pdf> pada tanggal 25 Agustus 2018 pukul. 10.00 WIB.
- Nasution and Ahmed. 2018. Outreach and Profitability Trade-off: Does Synergy between Islamic Banking and Islamic Microfinance Institutions Matter? *Vol 7, No 2 (2015): July*. Diakses di <http://journal.ui.ac.id/index.php/icmr/article/view/4853> pada tanggal 25 Agustus 2018 pukul. 10.00 WIB.
- Prayogo. (2011). Murabahah Produk Unggulan Bank Syariah Konsep, Prosedur, Penetapan Margin dan Penerapan pada Perbankan Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam dan Kemasyarakatan*. Vol 4, No 2. Diakses di <https://media.neliti.com/media/publications/220455-murabahah-produk-unggulan-bank-syariah-k.pdf> pada tanggal 25 Agustus 2018 pukul. 10.00 WIB.

SKRIPSI :

- Ayu Nurmalintang. 2017. Strategi Pemasaran BMT dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Desta Marta Nita. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Lusiana Yulisma Dewi. 2017. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada Produk Simpanan Sukarela (SIRELA) Di BMT Harapan Umat KCP. Sleko Pati. Universitas Islam Negeri Walisongo
- Muslimin, Supriadi. (2015). Peranan Lembaga Keuangan Mikro Syariah terhadap Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Nita, Desta Marta. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Produktif BMT dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*: IAIN Raden Intan Lampung.
- Ulya, Faizatul. 2015. Strategi Bersaing Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KJKS BMT BUS LASEM. *Skripsi*: UIN Walisongo
- Wardani. 2015. Analisis Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pesantren Annabila. *Skripsi* Universitas Negeri Walisongo Semarang
- Wibowo. 2018. Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Anggota Di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) BMT Sabilul Muhtadin Plumon. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syah Amelia Manggala Putri, S.E.I., M.E.I.
NIK : 19891021201604 113 058

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Lulu' Dina Mastikhah
NPM : 20150730101
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Naskah Ringkas : Analisis Strategi Bersaing Pembiayaan Murabahah
Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (studi
Kasus Baitul Maal Wa Tamwil Bina Ihsanul Fikri
Yogyakarta)

Hasil Tes Turnitin* : 99

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, Kamis, 04 April 2019

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Ekonomi Syariah



(Dr. Maesyaroh, M.A)

Dosen Pembimbing Skripsi,

(Syah Amelia Manggala P. S.E.I., M.E.I)

*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.