STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KC BANDAR BUAT PADANG

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Jurusan S Perbankan Syariah

Oleh:

ALIMA TUSAKDIAH

NIM: ٣٣١٤.١٣٤

JURUSAN S١ PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)BUKITTINGGI
TAHUN ٢٠١٨ M/١٤٣٩ H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi ini atas nama **Alima Tusakdiah, NIM 3314.134** dengan judul **"Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro Pada PT. Bank Syariah Bukittinggi"** memandang bahwa skripsi ini telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui disidangkan *Munaqasah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 4 Agustus 2018

Pembimbing I

Yuarman Mansur, SE, MM
NIP. 19620311 199303 1002

Pembimbing II

Jon Kenedi, SE, MM
NIP. 19700517 200901 1003

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul: **"Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang"** yang disusun oleh **Alima Tusakdiah. NIM 3314.134**, telah diuji dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, hari Jum'at, 14 September 2018 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan S1 Perbankan Syariah.

Bukittinggi, 14 September 2018

Tim Penguji,

Ketua

Yuwarman Mansur,SE, MM
NIP.19620311 199303 1002

Sekretaris

Jon Kenedi, SE, MM
NIP. 19700517 200901 1003

Anggota

Yentie Astari Dewi, SE, MM
NIP.2007037602

Amsah Hendri Doni, SE, ME
NIP.20010288702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE. M.Si
NIP.19621110 199903 1001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama/NIM	: Alima Tusakdiah/3314.134
Tempat/ Tanggal Lahir	: Benteng, 18 Juni 1996
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi	:Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat padang

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi/tugas akhir) dengan judul diatas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 4 Agustus 2018

Penulis



Alima Tusakdiah

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahi robbil'alamin. Segala puji serta rasa syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, berkat kehendak dan kuasanya-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **"Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang"** sekaligus menyelesaikan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Shalawat serta salam semoga selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dengan pengorbanan dan ketulusan hatinya sehingga dapat membuka jalan pengetahuan untuk umatnya.

Skripsi ini penulis susun dalam rangka menyelesaikan kuliah penulis guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini, termasuk penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan tulisan ini dimasa yang akan datang.

Penghargaan dan cinta terbesar penulis tujukan kepada ayah **L. Saud** dan Ibunda **Yusniati** serta kepada kakak kandung penulis (**Novitri Eliza Wati, Nur**

Inayah Purnama Sari, Saudi Putra Kusuma Wijaya, dan **Junaidi Jaya**) yang telah memberikan segala bentuk dukungan baik moril maupun materil, motivasi, cinta kasih, mengasuh, dan mendidik dalam proses mencapai setiap cita-cita penulis. Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh keluarga besar yang selama ini sangat berperan dalam memberikan dukungan semangat dan motivasi demi kelanjutan studi penulis. Penulis juga mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

١. Ibu Rektor, Bapak/Ibu Wakil Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi serta Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Ibu Ketua Jurusan S١ Perbankan Syariah yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menambah ilmu pengetahuan di IAIN Bukittinggi ini.

٢. Bapak Yuwarman Mansyur SE, MM selaku pembimbing I serta Bapak Jon Kenedi SE, MM selaku Pembimbing II yang senantiasa penuh kesabaran memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis.

٣. Bapak H. Fahmil Samiral, Lc., MA selaku Penasehat Akademik senantiasa penuh kesabaran memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis.

٤. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan/i IAIN Bukittinggi yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan di perguruan tinggi ini.

٥. Pimpinan serta karyawan/ti perpustakaan IAIN Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis.

٦. Seluruh sahabat terbaik penulis (Sri Fatimah, Teten Sintia Putri, Novia Fauzana,

Yelmaida, Yoli Sri Desmita, Nadya Afriani) yang sudah membantu penulis dalam menghadapi berbagai masalah/kendala yang dihadapi serta menjadi sahabat yang mendorong penulis untuk dapat menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

٧. Seluruh senior dari organisasi yang ikut memeberikan saran dan motivasi kepada saya sehingga semua rintangan didepan ibarat duri yang tajam dapat dilewati, tembok yang tinggi dapat dirobohkan demi tercapainya kesuksesan sampai saat ini.

٨. Seluruh pihak yang telah membantu, yang tidak tersebut oleh penulis satu persatu.

Atas segala yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih, semoga amalan dan jasa baik yang telah diberikan mendapat balasan pahala di sisi Allah SWT. Amiin. Dan kepada Allah SWT jualah penulis bersembah sujud selaku hamba Allah SWT, kiranya Allah SWT selalu meridhoi segala perbuatan yang kita lakukan. Amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta bagi Jurusan S١ Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi khususnya pembaca pada umumnya.

Bukittinggi, ٠٤ Agustus ٢٠١٨

Penulis,

ALIMA TUSAKDIAH
NIM. ٣٣١٤.١٣٤

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER
PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENGESAHAN TIM PENGUJI
HALAMAN PENGESAHAN
KATA PENGANTAR ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **iv**
DAFTAR TABEL ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**

BAB IPENDAHULUAN
A. Latar Belakang ١
B. Identifikasi masalah ٤
C. Batasan Masalah ٥
D. Rumusan Masalah ٥
E. Tujuan Penelitian ٦
F. Manfaat Penelitian ٦
G. Penjelasan Judul ٦
H. Sistematika Penulisan ٨

BAB IILANDASAN TEORI
A. Strategi
١. Pengertian Strategi .....
٢. Macam-macam Strategi ١١
٣. Tingkatan Strategi ١٣
٤. Perencanaan Strategi ١٤
٥. Manajemen Strategi ١٥
٦. Tujuan Manajemen Strategi ١٥
٧. Tugas Manajemen Strategi ١٦

B. Strategi Pengembangan Produk
١. Pengertian Produk Baru ١٦
٢. Proses/tahap-tahap Pengembangan Produk ١٨
C. Pembiayaan
١. Pengertian Pembiayaan ٢٠
٢. Landasan Syariah ٢٢
٣. Unsur-unsur Pembiayaan ٢٣
٤. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan ٢٥
٥. Produk dan Jenis-jenis pembiayaan ٢٨
٦. Pembiayaan warung Mikro ٣١

D. Analisis SWOT
١. Pengertian Analisis SWOT ٣٣
٢. Faktor-faktor dalam analisis SWOT ٣٤
٣. Matriks SWOT ٣٥

E. Kajian Terdahulu

BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Jenis Penelitian ٣٩
B. Lokasi dan Waktu Penelitian ٤٠
C. Sumber Data Penelitian ٤٠
D. Teknik pengumpulan data ٤١
E. Teknik Analisis Data ٤٢

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang ٤٤
B. Pembahasan Hasil Penelitian ٦٧

BAB VPENUTUP
A. Kesimpulan ٨٩
B. Saran ٩٠

DAFTAR KEPUSTAKAAN
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel٤.١Analisis SWOT pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang ٧٥
Tabel٤.٢ Hasil IFE ٧٧
Tabel ٤.٣ Hasil EFE ٧٩
Tabel ٤.٤Matriks SWOT BSM Bandar Buat Padang ٨٣
Tabel ٤.٥ Total Bobot Skor pada Matriks SWOT ٨٧

ABSTRAK

Alima Tusakdiah, NIM: ٣٣١٤.١٣٤ dengan Skripsi berjudul: "**Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro Pada PT. Bank Syariah mandiri KCP Bandar Buat Padang**". Maksud dari judul ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi untuk mengembangkan produk pembiayaan warung mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

Latar belakang mengangkat judul ini adalah melihat banyaknya masyarakat yang membangun usaha dan ingin mengembangkannya dengan menambah modal lewat pinjaman atau pembiayaan yang dilakukan. Serta semakin berkembangnya dan banyaknya lembaga keuangan yang menawarkan berbagai macam produk pembiayaan yang membuat persaingan semakin ketat.

Dalam skripsi ini, penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field researc*) yang bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan mariks SWOT. Penelitian ini memaparkan bagaimana strategi dalam mengembangkan produk pembiayaan warung mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa untuk mengembangkan produk pembiayaan warung mikro di BSM yaitu dengan mempertahanka kekuatan/kelebihan dari produk BSM dan memanfaatkan peluang yang ada semaksimal mungkin guna tercapainya strategi pengembangan dengan cara: meningkatkan pelayanan BSM, menjalin hubungan baik dengan calon nasabah/nasabah, memaksimalkan promosi terhadap produk-produk unggulan yang dimiliki, dan menjaga nama baik BSM dengan menjalankannya sesuai prinsip syariah.

Adapun kekuatan dari BSM adalah memiliki prinsip dan label syariah sehingga perusahaan bisa menjual nama syariahnya, Pemberian pelayanan yang terbaik oleh marketing mikro untuk calon nasabah dan nasabah,Margin yang sangat rendah pada pembiayaan di atas ٥٠ juta sampai dengan ٢٠٠ juta, dan adanya program aliansi mikro untuk pegawai suatu badan usaha/perusahaan/yayasan. Sedangkan peluang dari BSM adalah lokasi kantor BSM yang terletak dekat dengan lingkungan usaha masyarakat, nama dan image BSM sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, Produk yang ditawarkan berbeda dengan bank, dan memiliki margin yang sangat rendah pada pembiayaan di atas ٥٠-٢٠٠ juta.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara.Semakin baik kondisi perbankan suatu negara, semakin baik pula kondisi perekonomian suatu negara. Evektivitas dan efesiensi system perbankan di suatu negara akan memperlancar perekonomian negara tersebut. Banyak sekali peran perbankan dalam suatu perekonomian, secara umum diantaranya:[١] Perbankan sebagai lembaga perantara dalam kegiatan perekonomian, Perbankan sebagai lembaga moneter, Perbankan sebagai lembaga penyelenggara system pembayaran, Perbankan sebagai lembaga pendorong perekonomian nasional.

Menurut undang-undang RI Nomor ١٠ Tahun ١٩٩٨ tanggal ١٠ November tentang Perbankan, yang dimaksud dengan BANK adalah "badan usaha yang mengimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit/pembiayaan dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak".[٢]

Pengembangan ekonomi dan bisnis syariah telah diadopsi ke dalam kerangka besar kebijakan ekonomi di Indonesia dewasa ini. Hal tersebut dipelopori oleh Bank Indonesia sebagai otoritas perbankan di tanah air, dengan menetapkan perbankan syariah sebagai salah satu pilar penyangga *dual-*

---

[١] M. Sulhan dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah* (Malang: UIN Malang Press, ٢٠٠٨).

[٢] Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, ٢٠١٥).

bankingsystem dan mendorong pangsa pasar bank-bank syariah yang lebih luas sesuai cetak biru perbankan syariah (Bank Indonesia, ٢٠٠٢).[٣]

Dengan lahirnya UU Nomor ٢١ Tahun ٢٠٠٨ ini diharapkan akan lebih menjamin kepastian dan perlindungan hukum bagi *stakeholders* dan sekaligus memberikan keyakinan kepada masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Adanya dukungan seperangkat aturan yang memadai di bidang perbankan syariah, serta semakin bertambahnya instrument keuangan syariah diharapkan akan semakin menarik investor/pelaku bisnis pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.[٤] Sehingga perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dapat lebih baik lagi. Terlebih di Indonesia penduduknya mayoritas muslim, memiliki potensi yang sangat besar untuk mendukung berkembangnya kegiatan ekonomi berdasarkan prinsip syariah, termasuk perbankan syariah.

Sesuai dengan tugas pokok dan fungsi bank yaitu menyalurkan dana kepada masyarakat, dalam dunia perbankan konvensional penyaluran dana ini dikenal dengan istilah perkreditan, sedangkan dalam dunia perbankan syariah penyaluran dana ini dikenal dengan istilah pembiayaan. Pembiayaan merupakan salah satu kegiatan utama yang ada dalam bank. Dalam hal memberikan pembiayaan atau penyaluran dana kepada nasabah, produk pembiayaan syariah terbagi dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya. Produk-produk pembiayaan tersebut diantaranya pembiayaan

---

[٣] Amir Machmud dan Rukmana,(Jakarta: Erlangga, ٢٠١٠), hal.٣.

[٤] Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah…*(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, ٢٠١٢), hal.٦٥-٦٦.

dengan prinsip jual-beli, pembiayaan dengan prinsip sewa, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil dan pembiayaan dengan akad pelengkap.

Pembiayaan perbankan syariah hingga akhir ٢٠١٢ menunjukkan peningkatan pada pembiayaan modal kerja usaha yang mayoritas atau sekitar ٦٠٪ disalurkan pada usaha mikro dan kecil, dimana pada bulan juni tahun٢٠١٣ mencapai ٧٥,٩٨٪. Portofolio pembiayaan perbankan syariah yang paling dominan menggunakan akad *murabahah*. Sementara pembiayaan akad berbasis mudharabah-musyarakah berkontribusi ٢,٩٦٪ dari total potofolio perbankan syariah.[٥] Selain itu, perkembangan lembaga keuangan mikro syariah, baik bank dan non bank menunjukkan kinerja yang mengembirakan dengan rata-rata pertumbuhan dikisaran ٣٠٪ baik pembiayaan maupun berdasarkan asetnya.

Salah satu pembiayaan yang diberikan oleh bank ialah pembiayaan pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk industry UMKM.Pertumbuhan usaha mikro sangat membantu Negara dan memajukan pertumbuhan ekononomi. Usaha mikro berusaha untuk mengurangi tingkat pengangguran dan juga tingkat kemiskinan. Setidaknya ada tiga alasan yang mendasari Negara berkembang, termasuk Indonesia, belakangan ini memandang penting keberadaan usaha mikro. Alasan pertama adalah karena kinerja usaha mikro cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, usaha mikro sering mencapai peningkatan produktivitasnya

[٥] Buchari Alma dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Banddung: Cv. Alfabeta, ٢٠١٤), hal.٨-٩.

melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga, karena usaha mikro sering diyakini memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas di banding usaha besar.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi bank syariah mandiri dalam mengembangkan produk pembiayaannya dalam sebuah penelitian yang berjudul"**Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang**".

B. Identifikasi Masalah

Bank syariah mandiri merupakan salah satu lembaga keuangan yang mendukung pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dalam sector ekonomi baik itu ekonomi makro maupun mikro. Terlebih pada UMKM, bank syariah mandiri sangat memberikan pengaruh atas perkembangannya sampai saat ini. Karena bank syariah mandiri lebih mengedepankan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel, serta tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian dalam penyalurannya.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabah, bank syariah mandiri menghadirkan dan mengembangkan berbagai macam penawaran produk syariah, terutama pada produk pembiayaan warung mikro.Berharap masyarakat/nasabah mampu mengembangkan usahanya menjadi UMKM yang tangguh dan mandiri.

C. Batasan/Fokus Penelitian

Agar penelitian ini mempunyai arahan yang jelas serta tidak keluar jauh dari pokok permasalahan, maka diperlukan pembatasan masalah yang diteliti. Batasan ini memberikan gambaran kemana arah penelitian dan memudahkan peneliti dalam menganalisis permasalahan yang sedang diteliti. Penelitian ini dibatasi pada strategi bank syariah mandiri dalam mengembangkan produk pembiayaan warung mikro. Khususnya pada produk baru bagi dunia, lini produk baru, dan tambahan pada lini produk yang sudah ada.

D. Perumusan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan produk pembiayaan warung mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang.

E. Tujuan Penelitian

Untuk merumuskan strategi pengembangan produk pembiayaanwarung mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang.

F. Manfaat Penelitian

١. Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan S١ Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

٢. Memperluas penelitian dibidang strategi khususnya pemasaran produk pembiayaan di bank syariah.

٣. Sebagai bahan masukan bagi manajemen PT. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang untuk mengembangkan produk warung mikro miliknya.

G. Kajian Terdahulu

١. Widiawati Emi. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Dana Talangan Umrah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Bank Jatim Syariah Surabaya). Hasil penelitiannya adalah dengan melakukan strategi internal dan eksternal. Strategi internal berupa rapat diskusi antara pihak internal bank yang terkait dengan produk dan melakukan Promosi *brosur* dan *banner* yang disediakan diruangan-ruangan kantor Bank Jatim Syariah. Sedangkan strategi eksternal adalah dengan kegiatan publisistas promosi yang meliputi kegiatan pameran, kegiatan promosi di *car free day*, bakti sosial, dan bekerja sama dengan manajemen travel penyelenggara umroh. [٦]

٢. Abdurrahim Al Ayubi. Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Mega Syariah KC Tanggerang City. Hasil penelitiannya adalah bahwa strategi pemasaran pembiayaan murabahah dengan menawarkan dua skema besar yaitu skema wakalah dan skema tanpa wakalah. Hal ini ditujukan

---

[٦] Widiawati Emi, *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Dana Talangan Umrah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Bank Jatim Syariah Surabaya).* Tidak diterbitkan, 2015, hal.7.

untuk meminimalisir hambatan yang dihadapi dalam pemasaran pembiayaan murabahah.[٧]

٣. Eni Ramadanis. Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Nila Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Kelompok Tani Ar-Raudah Jorong Simarasok. Hasil penelitiannya adalah strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha budidaya ikan nila pada kelompok tani Ar-Raudah yaitu melakukan peningkatan produksi ikan dengan melakukan pembibitan dan mensosialisasikan produk kepada masyarakat melalui anggota kelompok tani, dimana masyarakat diajak dan diberi pemahaman untuk mengkonsumsi ikan. Kendala yang dialami yaitu kurangnya kualitas SDM dan terbatasnya modal dalam mengembangkannya. [٨]

Sedangkan, penelitian yang akan penulis lakukan memiliki pembahasan yang berbeda dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini membahas "strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang".

H. Penjelasan Judul

[٧]Abdurrahim Al Ayubi, *Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Mega Syariah KC Tanggerang City*. Tidak diterbitkan,2016, hal.i.

[8]Eni Ramadanis.*Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Nila Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Kelompok Tani Ar-Raudah Jorong Simarasok*.Tidak diterbitkan, 2016. Hal.٧.

Untuk mengindari kesalahpahaman dan tidak terjadi kekeliruan oleh pembaca, sehingga untuk mempermudah memahami maksud dari judul karya ilmiah ini, maka penulis akan memberikan penjelasan secara operasional terhadap kata-kata yang penting sebagai berikut:

Strategi : suatu rencana keseluruhan dalam memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh kedudukan yang menguntungkan.[٩]

Pengembangan : proses, cara, perbuatan mengembangkan, serta pembangunan secara bertahap dan teratur yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki.[١٠]

Produk : Segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.[١١]

Pembiayaan penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau

---

[٩] Zulkarnain, *Ilmu Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, ٢٠١٢), Hal.٧٥.
[١٠] Kamus Besar Bahasa Indonesia.
[١١] Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, ٢٠٠٨), Hal.٦٧.

tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.[١٢]

Warung mikro Produk pembiayaan bank kepada nasabah, perorangan/badan usaha untuk membiayai kebutuhan usahanya melalui pembiayaan modal kerja.[١٣]

Bandar Buat : Adalah salah satu kelurahan yang ada di kota Padang Jl. Rimbo Datar No. ١٦D RT ٠٢ RW ٠٢, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat.

I. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan penulisan dan mendapatkan gamabran yang utuh dan terpadu mengenai kajian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB l : Merupakan sebuah bab pendahuluan dari sebuah penelitian, yang terdiri dari latar belakang penelitian, batasan/fokus penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

---

[١٢] Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, ٢٠٠٢), hal.١٠٢.
[١٣] Bank Syariah Mandiri, Buku saku. ١٠ februari ٢٠١٤.

BAB ll : Berbicara mengenai kajian teori karena untuk melihat dan mentukan sebuah realitas masalah maka dipahamkan terlebih dahulu berbagai teorinya sehingga akan diketahui realitas ini merupakan sebuah masalah atau tidak. Inilah yang dimaksud dengan mencocokkan antara teori dengan realitas sosial.

BAB lll : Berisikan tentang metode penelitian, hal-hal yang dibahas dalam bab ini adalah jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

BAB lV : Berisikan paparan hasil penelitian yang menyajikan tentang gambaran umum pembiayaan warung mikro oleh bank mandiri syariah, dan strategi pengembangan dalam Produk Pembiayaan Warung Mikro di PT. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang. selain itu, ada analisis SWOT produk pembiayaan warung mikro oleh BSM. Jadi merupkan gambaran realitas masalah dan juga sebagai wadah dari proses analisis yakni lanjutan dari penyajian teori dan masalah penelitian.

BAB V : Merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran, yang mana proses pencocokkan antara teori dan ralitas masalah

yang terangkum dalam kesimpulan sedangkan bentuk rekomendasi terangkum dalam saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

١. PengertianStrategi

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. Menurut Kamus Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang maupun damai. Secara eksplisit, *strategi*adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran. Intinya, *strategi* adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing.[١٤]

Strategi adalah kerja besar bagi sebuah organisasi. Strategi merupakan suatu rencana keseluruhan dalam memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh kedudukan yang menguntungkan. Strategi tidak hanya digunakan dalam angkatan perang juga sudah dapat digunakan dalam kegiatan bisnis.

[١٤]Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategis Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: ANDI, ٢٠١٢), hal.١٥.

Jenderal Karl Von Clausewits tahun ١٨٣١ dalam bukunya "*On War"* mengatakan bahwa bisnis adalah sebuah peperangan. Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi dan usaha patungan atau *join adventure.*[١٥]

Strategi dalam islam mengandung makna pengelolaan agar menjadi lebih baik, dalam koridor kebenaran sesuai syariah, tidak menghalalkan segala cara, terorganisasi rapi, dan *itqon* (tepat, tuntas, profesional), mengandung kemaslahatan dunia hingga akhirat.

٢. Macam-macam Strategi

Strategi dapat dibedakan menjadi dua yaitu strategi besar dan strategi global. Penjelasan masing-masing diberikan dibawah ini.

a. Strategi Besar (Grand Strategy)

Strategi besar adalah rencana umum yang berupa tindakan-tindakan besar yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran jangka panjang. Strategi besar dibedakan dalam beberapa kategori, yaitu:[١٦]

١) Pertumbuhan

Pertumbuhan (*growth*) dapat dilakukan secara internal meliputi pengembangan produk baru atau produk lama yang mengalami

---

[١٥]Zulkarnain, *ilmu menjual.....hal. ٧٥.*

[١٦]Djoko Mulyono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam.....hal. ١٥-١٦.*

perubahan dan dilakukan secara eksternal dengan memperoleh tambahandivisi bisnis atau diservikasi yang artinya mengakuisisi bisnis yang terkait dengan lini produk saat itu.

٢) Stabilitas

Stabilitas (*stability*) atau*strategi diam*, artinya oganisasi ingin tetap berada pada ukuran yang sama atau tumbuh perlahan dengan cara-cara yang masih dapat dikendalikan.

٣) Pemangkasan

Pemangkasan (*retrenchment*) berarti organisasi terpaksa melalui periode terjadinya penurunan dengan menyusutan unit bisnis yang ada saat ini atau menjual atau melikuidasi keseluruhan unit bisnis.

٤) Penggabungan

Penggabungan (*merger*) berarti organisasi harus melakukan penggabungan setelah memiliki banyak perusahaan dengan badan hukum yang berbeda namun mempunyai kegiatan usaha yang sama. Merger dilakukan untuk memudahkan peran kontrol internal perusahaan.

b. Strategi Global

Di arena internasional, perusahaan-perusahaan menghadapi dilema strategi antara intergrasi global dan tanggung jawab nasional (*national responsiveness*). Organisasi harus memutuskan apakah ia mengingatkan

setiap afiliasinya bertindak secara otonomi atau apakah aktivitas yang dilakukan harus distandarisasi disentralisasikan di seluruh negara.

Ada tiga kategori dalam strategi global, yaitu:

١) Strategi globalisasi (*globalization strategy*), merupakan standarisasi rancangan produk dan strategi periklanan di seluruh dunia.

٢) Strategi multidomestik (*multidomestic strategy*), adalah modifikasi desain produk dan strategi periklanan dan mengakomodasi kebutuhan spesifik dari masing-masing negara.

٣) Strategi transnasional (*transnasional strategy*), yaitu strategi yang mengombinasikan koordinasi global untuk meraih efesiensi dengan fleksibelitas untuk memenuhi kebutuhan spesifik pada berbagai negara.

٣. Tingkatan Strategi

Terdapat ٣ tingkatan strategi dalam organisasi, yaitu:[١٧]

a. Strategi Tingkat Perusahaan

Strategi tingkat perusahaan (*corporate strategy*) ditetapkan oleh manajemen tertinggi di dalam organisasi dan pengaruh pada bisnis apa yang akan dilakukan serta bagaimana sumber daya dialokasikan diantara bisnis tersebut. Strategi koorporasi secara umum melibatkan tujuan jangka panjang yang berhubungan dengan organisasi secara keseluruhan dan investasi keuangan secara langsung. Strategi koorporasi dirumuskan

[١٧] Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam.....hal.* ١٦-١٧.

oleh manajemen puncak dan dirancang sedemikian rupa guna mencapai tujuan organisasi.

b. Strategi Tingkat Bisnis

Strategi tingkat bisnis (*business strategy*) diterapkan oleh masing-masing unit bisnis strategi (*strategy business unit = SBU)*. Strategi bisnis biasanya diformulasikan oleh manajer tingkat bisnis melalui negosiasi dalam manajer korporsi dan memusatkan pada bagaimana cara bersaing dalam dunia bisnis. Strategi bisnis harus melalui dan diperoleh serta didukung oleh strategi korporasi.

c. Strategi Tingkat Fungsional

Strategi tingkat fungsional *(functional strategy)* mempunyai lingkup yang lebih sempit dibanding strategi korporasi dan strategi bisnis. Strategi ini berhubungan dengan fungsi bisnis seperti fungsi produksi, fingsin pemasaran, fungsi SDM, fungsi keuangan, fungsi riset dan pengembangan (R&D). Strategi fungsional harus mengarah kepada strategi bisnis. Konsep mereka yang paling utama adalah bergantung kepada hasil jawaban bagaimana menerapkannya.

٤. Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi dapat dilakukan melalui ٤ tahapan yaitu:[١٨]

a. *Defining the korporate mission* (menetapkan misi korporasi).

[١٨] Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran,*.....hal.٤٤.

b. *Estabilishing strategic business units* (SBUs) (menetapkan unit bisnis strategi).

c. *Assigning resources to each SBU* (mengalokasikan sumber daya bagi masing-masing SBU).

d. *Planning new business, downsizing older business* (merencanakan bisnis baru, merampingkan bisnis lama).

٥. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah suatu proses untuk menentukan arah dan tujuan organisasi dalam jangka panjang beserta pemilihan metode untuk mencapainya melalui pengembangan formulasi strategi dan implementasi yang terencana secara sistematis.[١٩]

Ada beberapa alasan yang menyebabkan manajemen strategik memiliki peran yang penting. Pertama, manajemen strategik membantu kita menangani ketidak pastian melalui suatu pendekatan yang sistematis. Kedua, manajemen strategis menyelaraskan tujuan antar unit dalam organisasi. Ketiga, manajemen strategik membenahi peran setiap anggota organisasi. Keempat, manajemen strategik melatih penerapan budaya dan kepemimpinan. Dan kelima, manajemen strategik menjadi sarana komunikasi jangka panjang dan acuan bagi dewan direksi.

Manajemen strategik terdiri dari dua elemen, yaitu formulasi strategi dan implementasi strategi. Dalam formulasi strategi, organisasi menentukan

[١٩]AB Susanto, *Manajemen Komprehensik Strategik,* (Jakarta: Erlangga, ٢٠١٤), hal.٢.

visi, misi, arah strategi, strategi, dan sasaran. Sedangkan dalam implementasi strategi ditetapkan struktur, SDM, dan sistem organisasi.

٦. Tujuan Manajemen Strategi

Manajemen strategi digunakan oleh perusahaan terutama untuk:[٢٠]

a. Melaksanakan dan mengevaluasi strategi yang dipilih apakah dapat berjalan secara efektif dan efisien.
b. Mengevaluasi kinerja, meninjau dan mengkaji ulang situasi serta melakukan berbagai penyesuaian dan koreksi jika terdapat penyimpangan didalam pelaksanaan strategi.
c. Senantiasa digunakan untuk memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal.
d. Senantiasa meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis yang dihadapi perusahaan.
e. Senantiasa melakukan inovasi atas produk agar selalu sesuai dengan selera nasabah.

٧. Tugas Manajemen Strategi

Manajemen strategi terdiri dari lima kerangka tugas utama, yaitu:[٢١]

a. Melibatkan mengembangkan visi strategik dan misi bisnis.
b. Menyangkut pengaturan dari tujuan organisasi.
c. Menyusun suatu strategik.

---

[٢٠] Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam.....hal. ١٨.*
[٢١] Prasetio Aji, *Manajemen Strategi,* (Yogyakarta: Ekuilibria, ٢٠١٥), hal.٦-٩.

d. Memerlukan implementasi strategik dan eksekusi.

e. Mengevaluasi kinerja, meninjau perkembangan baru dan memulai penyesuaian korektif.

B. Strategi Pengembangan produk

١. Pengertian produk baru

Setiap perusahaan harus mengembangkan produk baru, pengembangan produk baru akan membentuk masa depan perusahaan, produk baru harus diciptakan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Pelanggan selalu menginginkan adanya perubahan dari suatu produk, dengan demikian pengembangan produk merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan.[٢٢]

Pengertian produk baru menurut Booz, Allen & Hamilton terdapat ٦ kategori, yaitu:

a. *New to the world product*

Produk baru bagi dunia: produk baru yang menciptakan sama sekali baru.

b. *New product line*

Lini produk baru: produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kalinya.

c. *Additions to exiting product lines*

---

[٢٢] Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*.....hal.٥٧-٥٨.

Tambahan pada lini produk yang sudah ada: produk-produk baru yang melengkapi suatu lini produk perusahaan yang telah mantap.

d. *Improvements and revisions of existing product*

Perbaikan dan revisi produk yang telah ada: produk baru yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang lebih hebat dan menggantikan produk yang telah ada.

e. *Repositioning*

Penentuan kembali posisi: produk yang telah ada di arahkan kepada segmen atau pasar baru.

f. *Cost reductions*

Penguranagan biaya: produk baru yang menyediakan kinerja serupa dengan harga yang lebih murah.

٢. Proses/tahap-tahap Pengembangan Produk

Untuk meningkatkan peluang mereka dalam mengembangkan produk yang sukses, banyak perusahaan menerapkan beberapa variasi dari tujuh proses tahap dasar, yaitu:[٢٣]

a. Gagasan Produk

Pengembangan produk dimaulai dengan pencarian gagasan bagi produk-produk baru. Gagasan produk dapat datang dari konsumen, tim penjualan, bagian penelitian, dan pengembangan (litbang), atau pegawai teknik.

b. Penyaringan

[٢٣] Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert, *BISNIS,* (Jakarta: Erlangga, ٢٠٠٦), hal.

Tahap ini dirancang untuk menghilangkan seluruh gagasan produk yang tidak berhubungan dengan kemampuan atau tujuan perusahaan. Para perwakilan dari pemasaran, teknisi, dan produksi harus memberikan input pada tahap ini.

c. Pengujian konsep

Setelah gagasan disaring, perusahaan menggunakan riset pasar untuk mendapatkan input dari konsumen tentang manfaat dan harga.

d. Analisis bisnis

Setelah mengumpulkan opini konsumen, para pemasar harus melakukan perbandingan biaya produksi dan manfaat untuk melihat apakah produk tersebut memenuhi tujuan profitabilitas minimum.

e. Pengembangan prototipe

Sewaktu perusahaan telah menentukan potensi profitabilitas produk, bagian teknik, atau riset dan pengembangan akan membuat prototipe. Prototipe ini dapat menjadi sangat mahal, yang sering kali memerlukan peralatan dan pengembangan komponen yang ekstensif.

f. Pengujian produk dan uji pemasaran

Dengan menggunakan hal-hal yang dipelajari dari prototipe, perusahaan menjalankan produksi yang terbatas. Kemudian perusahaan dapat menguji produk tersebut untuk melihat apakah produknya memenuhi persyaratan kinerja.

g. Komersialisasi

Jika hasil uji pemasaran positif, perusahaan akan memulai produksi dan pemasaran berskala penuh. Komersialisasi yang bertahap, yang bertujuan menyebarkan produk tersebut ke daerah yang semakin luas, mencegah ketegangan yang semestinya tidak perlu terjadi pada kemampuan produksi awal. Sebaliknya, keterlambatan dalam komersialisasi dapat memberikan kesempatan pada perusahaan lain untuk mengeluarkan produk saingan.

C. Pembiayaan

١. Pengertian Pembiayaan

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi baik kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Ada kalanya masyarakat tidak memilki cukup dana untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karenanya, dalam perkembangan perekonomian masyarakat yang semakin meningkat, munculah jasa pembiayaan atau kredit yang ditawarkan oleh lembaga keuangan Bank.

Menurut undang-undang Perbankan NO.١٠ Tahun ١٩٩٨ pasal ١ ayat ١٢ ”Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk

mengebalikan uang atau tagihan tersebut setelah waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil."[٢٤]

Selanjutnya menurut Kasmirmengemukakan bahwa :

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.[٢٥]

Menurut Undang-Undang RI Nomor ٢١ Tahun ٢٠٠٨ Pasal ١ ayat ٢٥, pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu atau serupa:[٢٦]

a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*;
b. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*;
c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah, salam*, dan *istishna*;
d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh;
e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa.

[٢٤] Undang-undang No. ١٠ tahun ١٩٩٨
[٢٥] Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, ٢٠٠٢), hal.١٠٢
[٢٦] Undang-Undang Perbankan No. ٢١ Tahun ٢٠٠٨

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah dan / atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan / atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.

Pembiayaan dalam perbankan syariah atau istilah teknisnya aktiva produktif, menurut ketentuan Bank Indonesia adalah penanaman dana Bank Syariah baik dalam rupiah maupun Valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, Piutang, Qardh, Surat Berharga Syariah,Penempatan Penyertaan Modal, Penyertaan Modal Sementara, komitmen dan kontinjensi pada rekening administrative serta sertifikat Wadiah Bank Indonesia.[٢٧]

٢. Landasan Syariah

Landasan Hukum tetang pembiayaan terdapat dalam Al-qur'an dan Hadist, yakni:

a. Al-Qur'an

نَ ٱلَّذِى فَلۡيُؤَدِّ بَعۡضَا بَعۡضُكُم أَمِنَ فَإِنۡ ۖ مَّقۡبُوضَةٌ فَرِهَٰنٌ كَاتِبًا تَجِدُواْ وَلَمۡ سَفَرٍ عَلَىٰ كُنتُمۡ وَإِن ۞
ُونَ بِمَا وَٱللَّهُ قَلۡبُهُۥ ءَاثِمٞ فَإِنَّهُۥ يَكۡتُمۡهَا وَمَن ۚ ٱلشَّهَٰدَةَ تَكۡتُمُواْ وَلَا ۗ رَبَّهُۥ ٱللَّهَ وَلۡيَتَّقِ أَمَٰنَتَهُۥ ٱؤۡتُمِ
٢٨٣ عَلِيمٞ تَعۡمَلَ

Artinya: *dan jika kamu dalam perjalanan sedang kam, tidak mendapatkanseorang penulis, maka hendaklah ada barang*

[٢٧]Muhamad. Manajemen Dana Bank Syariah (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, ٢٠١٤), hal.٣٠٢

jaminan yang dipegang. Tetapi jika sebagian kamu mepercayai sebagian yang lain, hendaklah yang sebagian itu menunaikan anmanatnya (hutangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada allah SWT, Tuhannya, dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa mennyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

b. Al-Hadist

Dari Abu Hurairah, rasulullah SAW bersabda : " Sesungguhnya Allah SWT berfirman : ' Aku pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama salah satunya tidak menghianati temannya," (H.R. Abu Dawud No. ٣٣٨٣, dalam kitab Al Buyu dan Hakim).[٢٧]

٣. Unsur-unsurPembiayaan

Dari pengertian mengenai pembiayaan dikatakan bahwa pembiayaan di berikan atas dasar kepercayaan, dengan demikian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan.Hal ini benar-benar diyakini dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat- syarat yang telah disetujui bersama.Berdasarkan hal tersebut Suyatno menjelaskan unsur-unsur yang terkandung dalam penbiayaan adalah.[٣٠]

a. Kepercayaan

---

[٢٨] Al-qur'an, albaqarah ayat ٢٨٣.

[٢٩] http://mujahidin/manajemen-pembiayaan-syariah

[٣٠] Thomas Suyatno, Made Sukada, Tinon Yunianti Ananda, Djuhaepah. Dasar-dasar perkreditan (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama)

Yaitu keyakinan yang dari si pemberi kredit bahwa prestasi yang diberikannya baik dalam bentuk uang, barang, atau jasa, akan benar-benar diterimanya kembali dalam jangka waktu tertentu di masa yang akan datang.

b. Waktu

Yaitu suatu masa yang memisahkan antara pemberian prestasi dengan kontraprestasi yang akan diterima pada masa yang akan datang. Dalam unsur waktu ini, terkandung pengertian nilai agio dari uang yaitu uang yang ada sekarang lebih tinggi nilainya dari uang yang akan diterima pada masa yang akan datang.

c. Degree of Risk

Yaitu suatu tingkat risiko yang akan dihadapi sebagai akibat dari adanya jangka waktu yang memisahkan antara pemberian prestasi dengan kontraprestasi yang akan diterima kemudian hari. Semakin lama kredit diberikan semakin tinggi pula risikonya, karena sejauh kemampuan manusia untuk menerobos hari depan itu, maka masih selalu terdapat unsur ketidaktentuan yang tidak dapat diperhitungkan. Inilah yang menyebabkan timbulnya unsur risiko.Dengan adanya unsur risiko inilah maka timbullah jaminan dalam pemberian kredit.

d. Prestasi

Yaitu obyek pembiayaan yang tidak saja diberikan dalam bentuk uang tetapi juga berbentuk barang atau jasa.Namun dalam ekonomi modern sekarang ini di dasarkan kepada uang maka transaksi pembiayaan yang menyangkut uang sering di sampaikan dalam praktek pembiayaan.

e. Balas Jasa

Akibat dari pemberian fasilitas kredit bank tentu mengharapkan suatu keuntungan dalam jumlah tertentu. Keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga bagi bank prinsip konvensional. Balas jasa dalam bentuk bunga, biaya provisi dan komisi, serta biaya administrasi kredit ini merupakan keuntungan utama bank, sedangkan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.[٣١]

٤. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan merupakan sumber pendapatan bagi bank syariah.Tujuan pembiayaan yang dilaksanakan perbankan syariah terkait dengan *stake holder*, yakni:[٣٢]

a. Pemilik. Dari sumber pendapatan diatas, para pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan atas dana yang ditanamkan pada bank tersebut.

[٣١] Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, ٢٠١٤), hal.٨٥
[٣٢] Muhamad, Muhamad. Manajemen Dana Bank Syariah.....hal.٣٠٣.

b. Pegawai. Para pegawai mengharapkan dapat memperoleh kesejahteraan dari bank yang dikelolanya.

c. Masyarakat.

١) Pemilik dana; masyarakat sebagai pemilik dana mengharapkan dari dana yang diinvestasikan akan diperoleh bagi hasil.

٢) Debitur yang bersangkutan; dengan penyediaan dana baginya mereka merasa terbantu guna menjalankan usahanya (sektor produktif) atau terbantu untuk pengadaan barang yang diinginkannya (pembiayaan konsumtif).

٣) Masyarakat umumnya–konsumen; dengan pembiayaan mereka dapat memperoleh barang-barang yang dibutuhkan.

٤) Pemerintah. Pemerintah terbantu dalam pembiayaan pembangunan negara, disamping itu akan diperoleh pajak.

٥) Bank. Bagi bank yang bersangkutan, hasil dari penyaluran pembiayaan diharapkan bank dapat meneruskan dan mengembangkan usahanya agar tetap survival dan meluaskan jaringan usahanya, sehingga semakin banyak masyarakat yang dapat dilayaninya.

Ada bebarapa fungsi pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat penerima diantaranya:

a. Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito.Uang tersebut dalam prosentase tertentu

ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produkivitas.

b. Meningkatkan daya guna barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat memprodusir bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga utility dari bahan tersebut meningkat.

c. Meningkatkan peredaran uang

Melalui pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang oleh karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah baik kualitatif apalagi secara kuantitatif.

d. Menimbulkan kegairahan berusaha

Bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank inilah kemudian yang digunakan untuk memperbesar volume usaha dan produktivitas.

e. Stabilitas ekonomi

Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilitasipada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha untuk antara lain:

١) Pengendalian inflasi

٢) Peningkatan ekspor

٣) Rehabilitasi prasarana

٤) Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat

f. Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional.

Para usahawan yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya.Peningkatan usaha berarti peningkatan profit/pendapatan.

g. Sebagai alat hubungan ekonomi internasional.

Bank sebagai lembaga kredit/pembiayaan tidak saja bergerak didalam negeri tapi juga diluar negeri.Negara-negara kaya atau yang kuat ekonominya, demi persahabatan antar negara banyak memberikan bantuan kepada negara-negara yang sedang berkembang atau yang sedang membangun.Bantuan tersebut tercermin dalam bentuk bantuan kredit dengan syarat-syarat tertentu.

٥. Produk dan Jenis-jenis Pembiayaan

Pembiayaan dalam perbankan syariah menurut Al-Harran dapat dibagi tiga:[٣٣]

a. *Return bearing financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan, ketika pemilik modal menanggung resiko kerugian dan nasabah juga memberikan keuntungan.

[٣٣] Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, ٢٠١٥), hal ١٢٢-١٢٤

b. *Return free financing*, yaitu bentuk pembiayaan yanga tidak untuk mencari keuntungan yang lebih ditujukan kepada orang yang membutuhkan (*poor*), sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.

c. *Charity financing,* yaitu bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan, sehingga tidak ada klaim terhadap pokok dan keuntungan.

Produk-produk pembiayaan bank syariah, khususnya pada bentuk pertama, ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sector riil dengan tujian produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha (kreditor) menggunakan pola bagi hasil (mudharabah dan musyarakah) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membuituhkan pembiayaan menggunakan pola jual-beli (murabahah, salam, dan istishna) dan pola sewa (ijarah dan ijarah muntahiya bittamlik).

Dapat disimpulkan bahwa produk-produk pembiayaan bank syariah dapat menggunakan empat pola yang berbeda.

a. Pola bagi hasil, untuk *investment financing:*
   ١) Musyarakah
   ٢) Mudharabah
b. Pola jual beli, untuk *trade financing*:
   ١) Murabahah
   ٢) Salam

٣) Istishna

c. Pola sewa, untuk *trade financing*:

١) Ijarah

٢) Ijarah muntahiya bittamlik

d. Pola pinjaman, untuk dana talangan:

١) Qardh

Dari sekian banyak produk pembiayaan bank syariah, tiga produk pembiayaan utama yang mendominasi portofolio pembiayaan bank syariah adalah pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, dan pembiayaan aneka barang dan property.Dan akad-akad yang digunakan sangat berfariasi dari pola bagi hasil, pola jula-beli, maupun pola sewa.

Produk lain yang cukup penting adalah pembiayaan proyek, pembiayaan ekspor, pembiayaan pertanian, dan pembiayaan manufaktur dan kontruksi. Akad-akad yang digunakan lebih spesifik sesuai dengan karakteristiknya.Pembiayaan proyek menggunakan pola bagi hasil, pembiayaan pertanian menggunakan pola jual-beli dengan pemesanan, pembiayaan manufaktur dan kontruksi menggunakan pola jual-beli dengan memproduksi atau membangun, sedangkan pembiayaan ekspor dapat menggunakan pola bagi hasil atau pola jual beli.

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-

pihak yang merupakan *defisit unit.* Menurut sifat penggunaanya, pembiayaan dapat mdibagi menjadi dua hal berikut, yaitu:[٣٤]

a. Pembiayaan produktif, yakni pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk meningkatkan usaha, baik usaha produksi perdagangan maupun investasi.
b. Pembiayaan konsumtif, yakni pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan: (a) peningkatan produksi baik secara kuantitatif maupun kualitatif, yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi; dan (b) untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.
b. Pembiayaan Investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal *(capital goods).*Pada umumnya pembiayaaninvestasi diberikan dalam jumlah besar dan pengendapannya cukup lama. Ciri-ciri pembiayaan investasi adalah:
   ١) Untuk pengadaan barang-barang modal
   ٢) Mempunyai perencanaan alokasi dana yang matang dan terarah
   ٣) Berjangka waktu menengah dan panjang

[٣٤] Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah…., (Jakarta: GEMA INSANI, ٢٠٠١), hal ١٦٠-١٦٧

٦. Pembiayaan Warung Mikro

Menurut undang-undang Nomor ٢١ Tahun ٢٠٠٨ bab I pasal ١ ayat ١ menjelaskan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.[٣٥]

Pada pasal ٦ ayat ١ kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:

١. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. ٥٠.٠٠٠.٠٠٠,٠٠ (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha (yang dimaksud dengan "kekayaan bersih" adalah hasil pengurangan total nilai kekayaan usaha (aset) dengan total nilai kewajiban, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,

٢. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. ٣٠٠.٠٠٠.٠٠٠,٠٠ (tiga ratus juta rupiah). Yang dimaksud dengan "hasil penjualan tahunan" adalah hasil penjualan bersih (netto) yang berasal dari penjualan barang dan jasa usahanya dalam satu tahun buku.

Pebiayaan warung mikro adalah pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan usaha dan multiguna dengan maksimal pembiayaan sampai dengan Rp٢٠٠ juta dengan akad murabahah dan ijarah.[٣٦]

Limit pembiayaan sampai Rp٢٠٠ juta dan diperuntukkan pembiayaan bagi:

---

[٣٥]Nur Syamsi Nurlan, *Indonesia Incorporated berpilar Perbankan Syariah dan UMKM,* (Jakarta: katulistiwa Press, ٢٠٠٨), hal.٦٩-٧٧.

[٣٦]Dokumen PT. Bank Syariah Mandiri

١. Perorangan

٢. Badan usaha

Pembagian produk pembiayaan warung mikro:

١. Produk usaha mikro

٢. Produk multiguna mikro

Persyaratan pembiayaan warung mikro BSM:

١. Wiraswasta/profesi:

a. Usaha telah berjalan minimal ٢ tahun.
b. Usia minimal ٢١ tahun atau sudah menikah dan maksimal ٥٥ tahun saat pembiayaan lunas.
c. Surat keterangan izin usaha

٢. Perorangan golbertap

a. Status pegawai tetap dengan masa dinas minimal ١ tahun.
b. Usia minimal ٢١ tahun pada saat pengajuan dan pada saat jatuh tempo fasilitas pembiayaan.
c. Surat keterangan kerja/SK pegawai.

٣. Badan usaha

a. Usaha telah berjalan minimal ٢ tahun.
b. Surat keterangan izin usaha.
c. Akte pendirian dan perubahan perusahaan.

D. Analisis SWOT

١. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah analisa yang dicetuskan oleh Albert Humprey pada dasawarsa ١٩٦٠-١٩٧٠an. Analisa ini merupakan sebuah akronim dari huruf awalnya yaitu *strength* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunity* (kesempatan), dan *treath* (ancaman).[٣٧]

Menurut Freddy Rangkuti analisis SWOT adalah indifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Analisis SWOT menurut Sondang P. Siagian merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Analisis ini didasarka pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(strength)* dan peluang *(opportunity),* namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan *(weaknesses)* dan ancaman *(treath).* Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, dan strategi, dan kebijakan dari perusahaan.[٣٨]

٢. Faktor-faktor dalam Analisis SWOT

a. Faktor Kekuatan

Faktor kekuatan yang dmiliki oleh suatu perusahaan adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada

---

[٣٧]Jurnal, Shofani Fateh, *Strategi Sistem Informasi Pemasaran Produk Pada Home Industri GROWTH Semarang.*

[٣٨]Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik,* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, ٢٠٠٠), hal. ١٧٢.

pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran karena satuan bisnis memiliki sumber, keterampilan produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akann dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Bidang-bidang keunggulan itu antara lain ialah kekuatan pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan dipasar, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan para berbagai pihak yang berkepentingan.[٣٩]

b. Faktor Kelemahan

Faktor kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dalam hal kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

c. Faktor Peluang

Peluang ialah berbagai situasi lingkngan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

d. Faktor Ancaman

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi genjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.

٣. Matriks SWOT

[٣٩]Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik.....hal. ١٠.*

Salah satu model analisis SWOT yang merupakan rangkuman dari beberapa model adalah sebagai berikut:[٤٠]

Faktor Eksternal / Faktor Internal	Opportunitues (S)	Threats (W)
Strengths (O)	Comparative Adventage (S.O)	Mobilization (W.O)
Weaknesses (T)	Investment Divestment (W.O)	Demage Control (W.T)

Diagram diatas menampilkan matrik ٦ kotak, dua yang paling di atas adalah kotak faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman/ tantangan, sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah kotak faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan organisasi. Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategik yang timbul sebagai hasil kontak antara faktor-faktor eksternal dan faktor-faktor internal.

a. *Comparative Adventage* (keunggulan Komparatif)

adalah apabila para pengambil keputusan telah melihat peluang yang tersedia dan ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, dua

[٤٠] J. Saluju, *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Non Profit, (jakarta: PT. Grasindo*), hal.٣٤٩

elemen strategik yang paling baik bertemu sehingga para eksekutif tidak bileh membiarkannya hilang, tetapi sebaliknya harus memperkuatnya dengan berbagai perencanaan yang mampu mendukungnya lebih cepat, namun harus senantiasa waspada terhadap perubahan yang tidak menentu dalam lingkungan.

b. *Mobilization*

Adalah interaksi dan pertemuan antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi oleh para pengambil keputusan dengan kekuatan organisasi. Disini para eksekutif hendaknya berusaha memobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kalau mungkin dapat mengubahnya sebagai peluang.

c. *Investment Divestment*

Adanya yang memberi pilihan bagi para eksekutif karena situasinya kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan, tetapi tidak ada kemampuan organisasi untuk menggarapnya dan memberikan reaksi positif. Kalau dipaksakan, bisa memakan biaya terlalu besar sehingga merugikan organisasi.

e. Demage Control

Adalah kotak paling lemah dari semua sel karena membawa bencana bagi organisasi, paling tidak merugikan program-programnya. Sudah terancam dari luar, lalu dihadapkan pada sumber daya yang sangat lemah. Strategi yang harus ditempuh ialah mengendalikan kerugian yang diderita sehingga tidak separah yang diperkirakan.

E. Kajian Terdahulu

٤. Widiawati Emi.Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Dana Talangan Umrah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Bank Jatim Syariah Surabaya). Hasil penelitiannya adalah dengan melakukan strategi internal dan eksternal.Strategi internal berupa rapat diskusi antara pihak internal bank yang terkait dengan produk dan melakukan Promosi *brosur* dan *banner* yang disediakan diruangan-ruangan kantor Bank Jatim Syariah. Sedangkan strategi eksternal adalah dengan kegiatan publisistas promosi yang meliputi kegiatan pameran, kegiatan promosi di *car free day*, bakti sosial, dan bekerja sama dengan manajemen travel penyelenggara umroh. [٤١]

٥. Abdurrahim Al Ayubi. Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Mega Syariah KC Tanggerang City.Hasil penelitiannya adalah bahwa strategi pemasaran pembiayaan murabahah dengan menawarkan dua skema besar yaitu skema wakalah dan skema tanpa wakalah. Hal ini ditujukan

[٤١] Widiawati Emi, *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Dana Talangan Umrah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Bank Jatim Syariah Surabaya).* Tidak diterbitkan, 2015, hal.7.

untuk meminimalisir hambatan yang dihadapi dalam pemasaran pembiayaan murabahah.[٤٢]

٦. Eni Ramadanis.Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Nila Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Kelompok Tani Ar-Raudah Jorong Simarasok. Hasil penelitiannya adalah strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha budidaya ikan nila pada kelompok tani Ar-Raudah yaitu melakukan peningkatan produksi ikan dengan melakukan pembibitan dan mensosialisasikan produk kepada masyarakat melalui anggota kelompok tani, dimana masyarakat diajak dan diberi pemahaman untuk mengkonsumsi ikan. Kendala yang dialami yaitu kurangnya kualitas SDM dan terbatasnya modal dalam mengembangkannya. [٤٣]

Sedangkan, penelitian yang akan penulis lakukan memiliki pembahasan yang berbeda dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini membahas "strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang".

---

[٤٢]Abdurrahim Al Ayubi, *Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Mega Syariah KC Tanggerang City*. Tidak diterbitkan,2016, hal.i.

[43]Eni Ramadanis.*Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Nila Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Kelompok Tani Ar-Raudah Jorong Simarasok*.Tidak diterbitkan, 2016. Hal.٧.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara kerja untuk memahami objek sasaran yang diteliti. Metode dipilih untuk digunakan dalam memperoleh data yang akurat dan relevan. Data tersebut disusun secara sistematis untuk analisis sesuai tujuan diadakan penelitian tersebut.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggambarkan secara sitematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi mengenai daerah tertentu.[٤٤] Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat *deskriptif kuantitatif,* yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap baian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya, yang tujuannya untuk mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Dalam hal ini penulis hendak menganalisis bagaiamana Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

[٤٤] Sumadi Suryabrata, Metodologi Penelitian, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, ٢٠٠٤), hal.٧٥

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

١. Lokasi Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang, Jl. Rimbo Datar No. ١٦D RT ٠٢ RW ٠٢, Kelurahan Bandar Buat, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat.

٢. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari ١ Agustus ٢٠١٨ sampai dengan selesai penelitian yang penulis lakukan.

C. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data yang digunakan pada kali ini ada dua macam, yaitu:

١. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari narasumber tanpa perantara. Data primer juga disebut dengan data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.[٤٥] Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara kepada pimpinan dan atau karyawan seta pihak-pihak terkait PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

---

[٤٥] P. Joko Subagyo, *metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek,* (jakarta: PT. Rineka Cipta, ٢٠٠٨), hal.٨٧.

٢. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang hanya didapat dari literature buku pustaka, bahan bacaan maupun data angka yang memungkinkan serta relevan dengan penelitian dan dari situs internet.[٤٦]

D. Teknik Pengumpulan Data

. Observasi

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Dalam hal ini panca indra (penglihatan dan pendengaran) diperlukan untuk menangkap gejala yang diamati.

. **Wawancara**

Merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih, tatap muka, mendengarkan langsung informasi atau keterangan-keterangan. Pewawancara disebut sebagai *intervieuwer*, sedangkan orang yang diwawancarai disebut *interviewe.*[٤٧]

Sedangkan menurut Muhammad Teguh, wawancara merupakan pertemuan dua oarng atau lebih utnuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu data

---

[٤٦] Supranto, *Metode Ramalan Kualitatif,* (Jakarta: Rincka Cipta, ٢٠١٠), hal.١٨.

[٤٧] Lexi J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: pt. Remaja Rosdakarya, ٢٠٠٥), hal.١٣٥

tertentu.[٤٨] Jadi, pihak yang diwawancara dalampenelitian ini adalah salah satu staff yang berada/ahli di bidang pembiayaan.Dalam penelitian ini peneliti juga ingin mempeoleh informasi mengenai kondisi internal dan ekrternal pembiayaan yang diperlukan dalam analisis SWOT nantinya.

E. Teknik Analisis Data

Ada dua model dan teknis analisis dalam penelitian ini, yaitu:

١. Analisis deskriptif kuantitatif

Berdasarkan inti penyusunan metode penelitian, dan teknik penelitian maka dalam melaksanakan penganalisaan penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan salah satu metode analisis yang bersifat deskriptif kuantitatif.

٢. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifiksi berbagai faktor secara simetris untuk merumuskan strategi perusahaan.[٤٩]Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunies*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*treats*). Proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan

[٤٨] Muhamad Teguh, MetodePenelitian Teori dan Aplikasi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, ٢٠٠٨), hal.١٥٩

[٤٩] Fredy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: Gramedia), hal.٢٠

keputusan.Model dalam tahap pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari dua yaitu matriks faktor strategi ekstrnal dan matriks faktor strategi internal.Model yang digunakan dalam tahap analisis yaitumatriks Tows atau SWOT.

٣. Internal Faktor Evalution (IFE) dan Ekstenal Faktor Evaliation (EFE)

a. Internal Faktor Evalution (IFE)

Mengevaluasi faktor-faktor yang berada dilingkungan internal organisasi yaitu beberapa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

b. Eksternal faktor evaluation (EFE)

Mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh pada objek penelitian yang berada di luar organisasi.

Pemberian bobot digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal perusahaan yang penting, cukup penting, dan sangat penting. Pembierian bobot di ururtkan menjadi ٠,٠١ (sangat rendah), ٠,٠٥ (rendah), ٠,١٠ (sedang) ٠,١٥ (tinggi) sedangkan rating atau peringkat digunakan untuk menilai sejauh mana faktor internal dan eksternal penting atau tidak penting dikembangkan. Pemberian rating diurutkan dari ١ sampai ٤ dimana ١ (tidak penting), ٢ (cukup penting), ٣ (penting), dan ٤ (sangat penting).

Setelah faktor internal dan eksternal diberi nilai berdasarkan bobot ratingnya, maka nilai dikalikan sehingga diperoleh angka hasil perkalian yang kemudian dijumlahkan berdasarkan faktor internal dan eksternal.

Setelah semua nilai dijumlahkan maka dipilih strategi yang memiliki nilai besa.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil PT Bank Syari'ah Mandiri

١. Sejarah Bank Syari'ah Mandiri

Kehadiran BSM sejak tahun ١٩٩٩, sesungguhnya merupakan hikmahsekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter ١٩٩٧-١٩٩٨.Sebagaimanadiketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli ١٩٩٧, yang disusul dengankrisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telahmenimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruhsendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha.Dalam kondisitersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bankkonvensional mengalami krisis luar biasa.Pemerintah akhirnya mengambiltindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha

keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal ٣١ Juli ١٩٩٩.Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. ١٠ tahun ١٩٩٨, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dualbankingsystem).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana

tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. ٢٣ tanggal ٨ September ١٩٩٩.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. ١/٢٤/KEP.BI/١٩٩٩, ٢٥ Oktober ١٩٩٩.Selanjutnya, melalui Surat Keputusan.Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. ١/١/KEP.DGS/ ١٩٩٩, BImenyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusulpengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secararesmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal ٢٥ Rajab ١٤٢٠ H atau tanggal ١ November ١٩٩٩.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yangmampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yangmelandasi kegiatan operasionalnya.Harmoni antara idealisme usaha dannilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank SyariahMandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.BSM hadir untuk bersamamembangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

PT Bank Syariah Mandiri telah membuka cabang di seluruh indonesiaterkhusus di Provinsi Sumatera barat. Kantor cabang Bank Syariah mandiri pertama kali beroperasi di kota Padang pada tanggal ١٢ Juli ٢٠٠٢. Berdirinyakantor cabang Padang merupakan perluasan sayap untuk lebih mendekatinasabah dan investor.

٢. Visi dan Misi

a. Visi

"Bank Syariah Terdepan dan Modern"

Bank Syariah Terdepan: bank syariah yang selalu unggul diantara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmenconsumer, micro, SME, commercial, dan corporate.

Bank Syariah Modern: Menjadi bank syariah dengan sistem layanandan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

١) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.

٢) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

٣) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

٤) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.

٥) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.

٦) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

٣. Nilai-Nilai

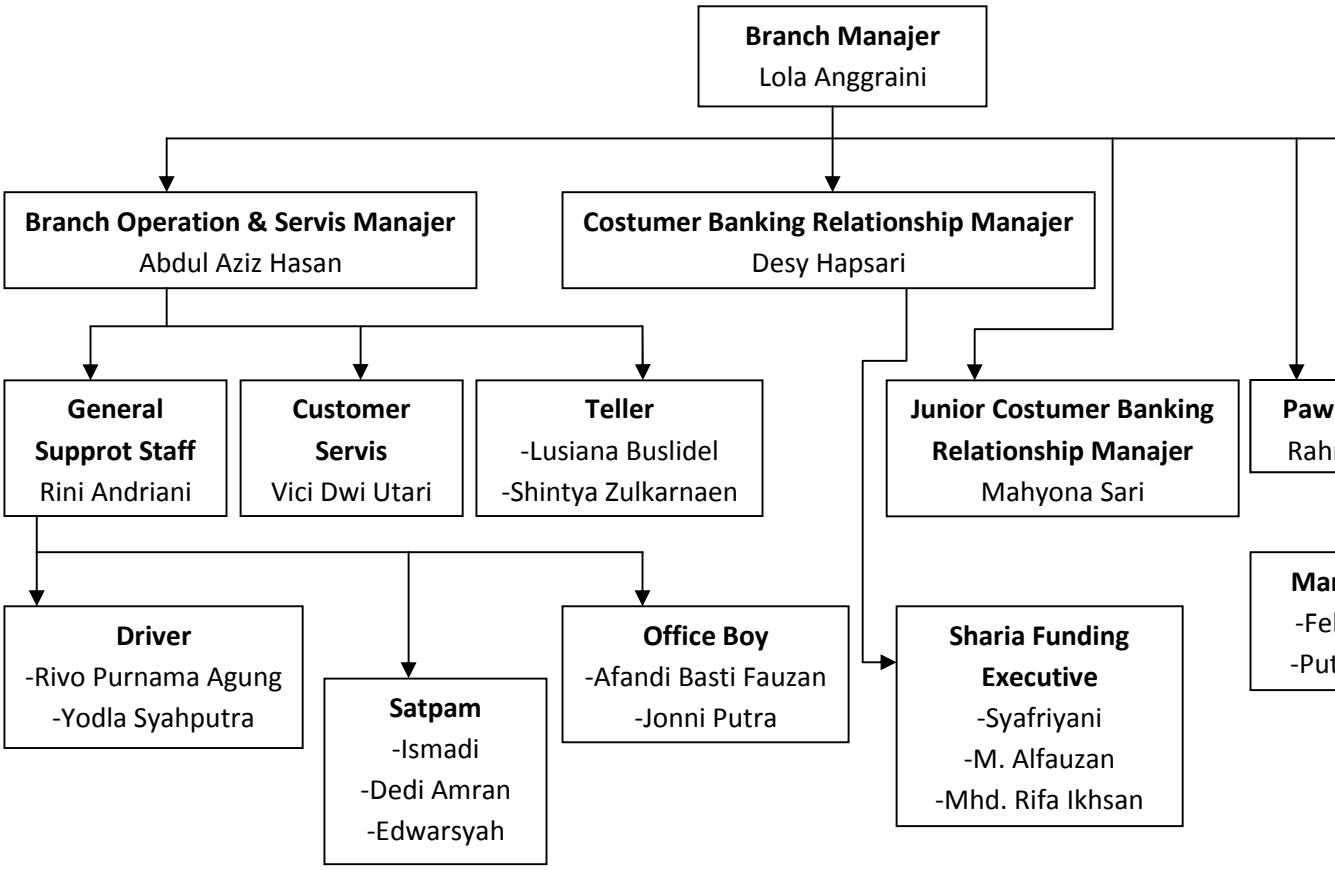
Setelah melalui proses yang melibatkan seluruhjajaran pegawai sejak pertengahan ٢٠٠٥, lahirlah nilai-nilaiperusahaan yang baru yang

disepakati bersama untuk di-shared oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri yangdisebut SharedValues Bank Syariah Mandiri. Shared ValuesBank Syariah Mandiri disingkat “ETHIC”.

Excellence	:	Mencapai hasil yang mendekati sempurna (perfect result- oriented).
Teamwork	:	Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.
Humanity	:	Mengembangkan kepedulian terhadap kemanusiaan dan lingkungan.
Integrity	:	Berperilaku terpuji, bermartabat, dan menjaga etika profesi.
CustomerFocus	:	Mengembangkan kesadaran tentang pentingnyanasabah dan berupaya melampaui harapan nasabah(internal dan eksternal).

٤. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang

a. strukur Organisasi



b. Deskripsi tugas dan tanggung jawab

1) Branch Manajer

a) Memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan (micro, businessbanking,consumer), pendanaan, FBI, contribution margin dan laba bersih yang ada lokasi yang berada dalam koordinasinya.

b) Menggali potensi bisnis di lokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portofolio pembiayaan,penghimpunan dana pihak ketiga, perbaikan kualitas aktiva produktif, peningkatan pendapatan non operasional.

c) Memastikan standar layanan nasabah berjalan sesuai dengan ketentuan.

d) Memastikan segala aktifitas operasional memenuhi ketentuan dan prudensialitas.
e) Menindak lanjuti setiap temuan audit (intern/ekstern).
f) Memastikan pengendalian kualitas dan risiko operasional
g) Mengarahkan dan mereview sasaran kinerja seluruh bawahan
h) Melaksanakan penagihan (collection).
i) Menjaga kualitas pembiayaan (pengendalian NPF).
j) Penandatangan PKS dan MoU instansi, travel umroh/dealer/toko emas/supplier emas sesuai dengan inisiator dan SK delegasi wewenang penandatangan PKS/ MoU.
k) Persetujuan pembiayaan sesuai batas limit yang menjadikewenangannya.
l) Memutus lelang angunan nasabah segmen mikro.
m) Persetujuan limit transaksi (tunai dan non tunai) yang menjadi kewenangannya.
n) Menandatangani dokumen pembiayaan /transaksi yang menjadi kewenangannya.

٢) Branch Operation& Service Manager
a) Memastikan terkendalinya biaya operasional Branch Office denganefisien dan efektif.
b) Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.

c) Memastikan terlaksananya layanan nasabah yang optimal sesuai standar layanan Branch Office.
d) Memastikan ketersediaan likuiditas yang memadai.
e) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
f) Memastikan pemenuhan kewajiban pelaporan sesuai dengan peraturan yang berlaku (internal dan eksternal).
g) Memastikan kebenaran dan kewajaran pencatatan laporan keuangan.
h) Mengelola sarana dan prasarana Branch Office.
i) Memastikan implementasi KYC dengan baik.
j) Memastikan implementasi Peraturan Perusahaan dan ketentuaninternal perusahaan bidang ketenagakerjaan kepada seluruhpegawai Branch Office.
k) Memberikan persetujuan/penolakan atas transaksi bank sesuaidengan kewenangannya.
l) Mengesahkan bilyet deposito dan buku tabungan.

٣) Consumer Banking Realitionship Manager
a) Meningkatkan pertumbuhan portofolio pendanaan, pembiayaan, dan feebased pada segmen konsumen.
b) Memastikan tersedianya data dan membuat rencana kerja berdasarkan data calon nasabah dan potensi pasar.

c) Melaksanakan kerja sama dengan pihak ketiga seperti developer, perusahaan, SKPD pemerintah daerah serta instansi lainnya.
d) Mengusulkan kegiatan promosi melalui gathering dan pameranbersama Bank Indonesia, Asosiasi-asosiasi, Jamsostek, dan pihak ketiga lainnya yang terkait.
e) Membuat rencana kerja dan pengembangan businessnetworkdengan BranchManager.
f) Memastikan tercapainya tingkat kepuasan nasabah affluent&highnetworth terhadap layanan BSM sesuai standar yang ditetapkan.
g) Memastikan tersedianya data laporan monitoring portofolio (dana, pembiayaan dan produk keagenan), profitability dan transaksi nasabah segmen affluent&highnetworth.
h) Mengoptimalkan crossreference produk pembiayaan kenasabah segmen mass, massaffluent&highnetworth.
i) Melaksanakan supervisi dan memastikan pencapaian target funding dan lendingdirectsales.
j) Menerima nasabah griya,pensiun dan implan (walk in dan nonwalk in).
k) Melakukan kerjasama dengan instansi, Developer/LKBB, travelumroh /dealer /toko emas /supplier emas dan memonitor realisasi perjanjian kerjasama.

l) Melakukan permintaan IDI BI.

m) Mengumpulkan dokumen pembiayaan dan melakukan pengecekan sesuai RAC.

n) Melakukan verifikasi income, keaslian SK Pensiun ke instansi pembayar manfaat.

o) Membuat Nota Analisa Kelayakan Developer dan LKBB.

p) Membuat Surat Penawaran Pemberian Pembiayaan (SP٣).

q) Melakukan pemenuhan dokumen persyaratan akad danpembuatan akad pembiayaan.

r) Initial Data Entry dan Detail Data Entry.

s) Melakukan penagihan (collection).

٤) General Support Staff

a) Menyusun laporan atas realisasi biaya-biaya yang berhubungan dengan personalia maupun fasilitas kantor.

b) Mengelola dan membuat laporan penggunaan kas kecil harian sesuai dengan wewenang yang berlaku.

c) Mengelola pengadaan, pendistribusian serta pemeliharaan sarana serta prasarana kantor.

d) Melaksanakan dan mengadministrasikan penutupan asuransi seluruh aset milik bank.

e) Bertindak sebagai level pertama untuk mengatasi permasalahanpenggunaan teknologi informasi di wilayah cabang terkait.

f) Memastikan pelaksanaan backup data secara berkala.

g) Melakukan penyusutan atas nilai buku inventaris kantor serta aktiva tetap milik kantor lainnya.

h) Melakukan pengurusan perizinan yang dikelola oleh Cabang.

٥) Junior Consumer Banking Reaitionship Manager

a) Memastikan pencapaian target bisnis pendanaan, pembiayaan dan feebased nasabah dana consumer dan ritail debitur dan nondebitur.

b) Memastikan terlaksananya marketing program dan pengelolaannasabah yang ditetapkan Kantor Pusat dan Area Retail.

c) Memastikan tercapainya tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan BSM sesuai standar yang ditetapkan.

d) Mencapai productholding dari nasabah kelolaan sesuai dengan target yang ditetapkan.

e) Memasarkan produk pendanaan, pembiayaan dan jasa sesuai strategi pemasaran yang telah ditetapkan.

f) Meningkatkan businessrelation antara Bank dengan nasabah sesuai dengan target yang ditetapkan.

g) Memutakhirkan dokumen dan data nasabah pendanaan dan pembiayaan sesuai kelolaan

h) Mengoptimalkan crossreference nasabah pendanaan untuk produk pembiayaan.

i) Memastikan tersedianya data calon nasabah dana consumer danretail debitur dan nondebitur.

j) Melakukan permintaan IDI BI.

k) Mengumpulkan dokumen pembiayaan dan melakukan pengecekan sesuai RAC.

l) Melakukan verifikasi income, keaslian SK Pensiun ke instansi pembayar manfaat.

m) Membuat Nota Analisa Kelayakan Developer dan LKBB.

n) Membuat Surat Penawaran Pemberian Pembiayaan (SP٣).

o) Memonitoring realisasi Perjanjian Kerjasama.

p) Melakukan pemenuhan dokumen persyaratan akad.

q) Melakukan pembuatan akad pembiayaan.

r) Initial Data Entry dan Detail Data Entry.

s) Melakukan penagihan (collection).

٦) Customer Service

a) Memberikan informasi produk dan jasa BSM kepada nasabah

b) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito.

c) Menyampaikan dokumen berharga Bank dan Kartu ATM kepada nasabah.

d) Membuat laporan pembukaan dan penutupan rekening, keluhannasabah serta stock opname kartu ATM.
e) Memblokir Kartu ATM nasabah sesuai permintaan nasabah
f) Melayani permintaan buku Cek/Bilyet Giro, surat referensi bank/surat keterangan bank dan sebagainya.
g) Memelihara persediaan Kartu ATM sesuai kebutuhan
h) Memastikan tersedianya media promosi produk dan jasa BSM di cabang
i) Menindak lanjuti dan menyelesaikan keluhan nasabah.
j) Memproses transaksi pengiriman dan pembayaran melalui western union.
k) Melakukan maintenance terhadap nasabah eksisting (crossselling produk dan top up).
l) Melakukan standar layanan optimal kepada nasabah sesuai SLA.
m) Mendistribusikan salinan rekening koran kepada nasabahMenginput data customer&loanfacility yang lengkap dan akuratMenerima berkas permohonan nasabah walk in segmen konsumer (antara lain implan,konsumer, cicil emas, dan pensiunan).
n) Melaksanakan proses pembiayaan (implan / pensiunan / cicil emas / umroh) nasabah walk in, meliputi:
    a) Memeriksa kelengkapan dokumen nasabah.
    b) Melakukan verifikasi keabsahan dokumen sesuai ketentuan.

c) Request ID ke Bank Indonesia.

d) Pembuatan SP٣.

e) Pemenuhan dokumentasi persyaratan akad.

٧) Pawning Officer

a) Memastikan pencapaian target bisnis Gadai Emas BSM yang telah ditetapkan meliputi: pembiayaan gadai dan feebasedincome gadai baik kuantitatif maupun kualitatif.

b) Memastikan akurasi penaksiran barang jaminan.

c) Mengidentifikasi dan memitigasifraud dan potensi risiko lainnya (pemalsuan emas, dll) yang dapat merugikan Bank.

d) Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan dan prudentialitasseluruh aktifitas gadai.

e) Memastikan pelaksanan Standar Layanan nasabah bisnis gadai emas.

f) Memastikan ketepatan waktu dan akurasi pelaporan bisnis gadai emas (intern dan ekstern).

g) Memastikan kelengkapan, kerapihan, dan keamanan dokumentasi sesuai ketentuan yang berlaku.

h) Memastikan tindak lanjut hasil audit intern / ekstern.

i) Memastikan tindak lanjut persetujuan atau penolakan pembiayaan gadai yang diajukan di atas limit kewenangannya.

j) Menyelesaikan fasilitas pembiayaan bisnis gadai emas bermasalah.

k) Meningkatkan hubungan bisnis antara Bank dengan nasabah dan upaya promosi lainnya sesuai dengan target yang ditetapkan.

l) Melakukan referral produk konsumer lainnya kepada nasabah bisnis gadai emas.

m) Menerima nasabah, mengumpulkan dan melakukan verifikasi dokumen sesuai dengan RAC.

n) Melakukan verifikasi income nasabah bisnis gadai emas.

o) Melakukan permintaan IDI BI dan penyusunan nota analisa.

p) Melakukan pemenuhan dokumen persyaratan akad.

q) Melakukan filing dokumen pembiayaan.

r) Melakukan konfirmasi harga emas.

٨) Pawning Staff

a) Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai.

b) Memastikan kualitas (kadar) barang jaminan yang dijaminkan.

c) Menindaklanjuti permohonan pembiayaan gadai sesuai ketentuan yang berlaku.

d) Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan keputusan Komite Pembiayaan gadai.

e) Memutakhirkan dokumen dan data nasabah sesuai kelolaan.

f) Memenuhi seluruh standar layanan gadai.

g) Melakukan BI Checking.

٩) Sharia Funding Executive

a) Melakukan aktifitassales seperti presentasi, canvasing, dan menjelaskan produk, biaya serta program guna mencapai target pencairan.
b) Mengumpulkan aplikasi pembukaan rekening nasabah sesuai ketentuan dan SLA.
c) Maintenance nasabah pendanaan untuk top up saldo.
d) Membuat laporan harian, mingguan, dan bulanan untuk dilaporkan pada saat pertemuan dengan ConsumerSalesOfficer agar ConsumerSalesOfficer mendapatkan laporan yang akurat, tepat, informatif, dan dapat diyakini kebenarannya.

١٠) Teller

a) Melakukan transaksi tunai & non-tunai sesuai dengan ketentuan.
b) Mengelola saldo kas Teller sesuai limit yang ditentukan.
c) Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/uang palsu.
d) Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu specimen tanda tangan.
e) Melakukan cashcount akhir hari.
f) Mengisi uang tunai di mesin ATM BSM
g) Menyediakan laporan transaksi harian.

١١) Satpam

a) Menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan/kawasan kerjanya.
b) Memelihara seluruh perlengkapan dan peralatan security di bawah tanggung jawabnya.

c) Melaksanakan pengamanan dan pelayanan terbaik kepada nasabah sesuai dengan standar layanan dan ketentuan yang telah ditetapkan.
d) Melaksanakan tugas pengawalan uang/ barang berharga/ dokumen penting.
e) Melaksanakan ketertiban dan kerapian antrian nasabah di bankinghall.
f) Melaksanakan ketertiban parkir kendaraan di lingkungan gedung tor.
g) Menjaga kerapian, kebersihan, dan kenyamanan di ruang ATM.
h) Menjaga kerapian dan kelengkapan di dalam bankinghall(aplikasi, brosur, dll).
i) Menggunakan senjata sesuai ketentuan yang berlaku.
j) Melakukan tindakan pertama pada tempat kejadian perkara (refresif).
k) Melakukan kerjasama keamanan dengan petugas keamanan setempat (Polri/TNI) dan aparat keamanan lainnya.

١٢) Office Boy

a) Menjaga kebersihan di lingkungan/ kawasan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah.
b) Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam bekerja.
c) Menjaga dan merawat peralatan kerja agar tidak mudah rusak.

d) Melaporan kerusakan peralatan kerja kepada atasan.

e) Melakukan fotokopi dokumen operasional transaksi perbankan.

f) Mengantar dan mengambil dokumen yang terkait operasional bank.

g) Menjaga keamanan dan merawat kendaraan operasional yang menjadi tanggung jawabnya.

١٣) Driver

a) Menjamin kendaraan dinas / kendaraan operasional selalu siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan, oli, air radiator, ban, kunci-kunci, dan yang lain terkait hal tersebut.

b) Memelihara dan merawat kendaraan agar tetap bersih, berfungsi, dan siap pakai.

c) Mengantar/menjemput pegawai yang dinas luar dan yang terkait dengan hal tersebut.

d) Melaporan kerusakan kendaraan kepada atasan.

e) Mengajukan service kendaraan kepada atasan secara berkala.

f) Memeriksa dan memelihara surat-surat kendaraan.

g) Menjamin keselamatan dirinya dan penumpang dalam mobil yang dikendarainya sesuai dengan peraturan lalu lintas.

h) Menyimpan kendaraan dengan tertib dan menyerahkan kunci ke security.

٥. Jenis –jenis produk di BSM

Bank syariah mandiri terus mengembangkan dan merancang berbagiaproduk untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang beragam.Mulai dari produk pembiayaan, produk investasi, produk layanan dan jasa. Setiap produk yang diciptakan tersebut berbasis bagi hasil dan transaksi dalam menegakkan keadilan ,kebaikan dan tolong menolong guna terciptanya kesejahteraan bagi seluruh lapisan masyarakat.

a. Produk Pendanaan

١) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM. Tabungan ini menggunakan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthiaqah.

٢) BSM Tabungan Mabrur

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh yang berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabahmuthiaqah.

٣) BSM Tabugan Investa Cendikia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungn asuransi yang menggunakan prinsip syariah dengan akadmudharabah muthlaqah.

٤) BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan yang berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabahmuthaiqah.

٥) BSM Tabungan simpatik

Tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannyadapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat–syarat yang disepakati.

٦) Tabungan Ku

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersamaan olehbank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.tabungan ini berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yad dhamanah

٧) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabahmuthiaqah.

٨) BSM giro

٩) Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip Wadiah yad dhamanah.

b. Produk Pembiayaan

١) BSM Oto

Adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah untuk kepemilikan kendaraan roda empat baik baru maupun bekas yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah dengan rinsipmurabahah.

٢) BSM Implan

Merupakan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah tanpa angunan, tapi hanya dengan jaminan SK.

٣) BSM Griya

Adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah untuk memberikan kemudahan kepada nasabah untuk memiliki rumah idaman berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad murabahah.

٤) BSM Gadai Emas

Adalah pembiayaan dengan menyerahkan harta/barang dari nasabah kepada bank sebagai jaminan sebahagian atau seluruh hutang .

٥) BSM Warung Mikro

Pembiayaan yang digunakan untuk pengembangan usaha mikro dengan limit pembiayaan sampai dengan RP. ٢٠٠.٠٠٠,٠٠- pembiayaan ini diperuntukkan bagi perorangan (PNS, pegawai Swasta) yang memiliki usaha dan badan usaha.

c. Produk Jasa

١) BSM card

Merupakan kartu yang diterbitkan oleh Bank Syari'ah Mandiridan memiliki fungsi utama yaitu sebagai kartu ATM dan kartu Debid.

Disamping itu nasabah juga bisa mendapatkan discount di ratusan marchant di seluruh indonesiayaang telah bekerja sama dengan BSM.

٢) BSM Mobile Bangking GPRS

Merupakan layanan transaksi perbankan melalui mobilebanking (handphone) dengan menggunakan koneksi jaringan data Telkom yang dapat digunakan oleh nasabah untuk transaksi cek saldo,cek transaksi mutasi, transfer antar rekening, tranfer real timeke ٨٣ bank, transfer SKN, BSM Mobile Banking ini juga memiliki informasi non bank yaitu jadwal sholat serta kalimat inspiratif.

٣) BSM Net Banking

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui jaringan internet ke alamat http://www.syariahmandiri.co.id.

٤) BSM ATM

Layanan perbankan berupa mesin anjungan tunai mandiri yangdimiliki oleh BSM di mana dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi tunai maupun non tunai.BSM ATM Juga dapat digunakan untuk nasabah di bank anggota bersama, Prima dan Bancard.

٥) BSM Call ١٤٠٤٠

Layanan melalui telepon dengan nomor akses ١٤٠٤٠ atau ٠٢١٢٩٥٣ ٤٠٤٠ yang dapat dipergunakan untuk mendapatkan layanan tentang informasi produk ,jasa, cek saldo, mutasi rekening, kurs, menyampaikan keluhan dan informasi lainnya.

٦) Transfer

Sarana pemindahan dana dari rekening satu ke rekening yang lain baik itu satu bank yang sama maupun bank yang berbeda dengan biaya sesuai dengan ketentuan BSM.

٧) BSM Notifikasi

Merupakan layanan dimana bank mengirimkan informasi kepada nasabah melalui sms atau email yang berisikan mutasi transaksi nasabah sesuai dengn jenis transaksi yang telah didaftarkan.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

١. Hasil Wawancara dengan pihak Marketing Mikro dan Mikro Analis (Putra Handayani dan Fanny angela)

١. Produk Pembiayaan Warung Mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang

Pada pembiayaan mikro, produknya ada dua yaitu:

١. Produk usaha mikro

٢. Produk multiguna mikro/serbaguna mikro

Pada produk usaha mikro, biasanyadiperuntukkan untuk pembiayaan penambahan modal usaha atau mengembangkan usahanasabah. Sedangkan pada produk multiguna mikro pembiayaannya untuk

penambahan aset keperluan usaha seperti untuk sewa ruko, pembelian mobil, tanah, dll.

Persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan warung mikro:

١. Nasabah yang membutuhkan dana
٢. Memiliki usaha
٣. Usahanya berdiri minimal ٢ tahun
٤. Usaha lancar
٥. Fotocopy KTP/KK/NPWP
٦. Pas foto
٧. Surat keterangan usaha, minimal dari kelurahan.
٨. Laporan keuangan
٩. Jaminan (BPKB, sertifikat)
١٠. Survei lapangan

٢. Target pasar atau segmentasi pasar pada pembiayaan warung mikro Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

Segmentasi pasar pada produk mikro ditargetkan kepada pedagang menengah keatas, PNS, Pegawai BUMN/BUMD/Perusahaan dan yayasan lainnya yang berada disekitar di kota padang.

٣. Margin pada produk warung mikro

Kebijakan untuk menetapkan margin dengan menggunakan sistem annuitas, untuk pembiayaan:

>١٠-٥٠ juta = ٢٢.١ - ٢٤٪ per tahun (Flat = ١٪/bulan)

>٥٠-١٠٠ juta = ٢٠.١ - ٢٢٪ per tahun (Flat = ٠.٩٪/bulan)

>١٠٠-٢٠٠ juta = ١٨ – ٢٠٪ per tahun (flat = ٠.٨/bulan)

Pembiayaan ini menggunakan rang dikarenakan memakai akad jual beli, maka ada tawar menawar dengan keuntungan yang ingin didapatkan.

٤. Kendala yang dihadapi dalam mengembangakan produk pembiayaan warung mikro

a. Persaingan antar bank yang semakin ketat dalam menggait atau mencari nasabah
b. Proses dari segi pelayanan pencairan di PT. Bank Syariah Mandiri yang rumayan lama dibandingkan dengan bank lainnya
c. Pembiayaan di bawah ٥٠ juta persaingannya sangat ketat karena margin yang ditawarkan BSM ke nasabah sangat tinggi dari pembiayaan bank lain.

٥. Kekuatan/kelebihan dalam mengembangkan produk warung mikro dan cara memanfaatkannya

a. Berlabelkan dan berprinsipkan syariah.
b. Pembiayaan diatas ٥٠ sampai ٢٠٠ juta, margin atau keuntungan sangat bersaing dengan bank lain bahkan jika dilihat dari rang persentase marginnya terhitung sangat murah di PT. bank Syariah Mandiri.

c. Ada program aliansi mikro bagi perusahaan/yayasan/CV yaitu pinjaman bagi karyawaqn yang bekerjasama dengan cara potong gaji tanpa jaminan dan margin yang sangat kecil.

Untuk mempertahankan kelebihan dari produk mikro, maka pihak bank meningkatkan pemasaran produk, pemantauan, menjaga, memelihara menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah agar nasabah tersebut memiliki loyalitas yang tinggi perusahaan.

٦. Kelemahan dalam mengembangkan produk pembiayaan warung mikro dan cara meminimalisirnya

a. Proses pencairan dana lumayan lambat.
b. Pesaing/bank lain yang sudah memiliki image
c. Pembiayaan dibawah ٥٠ juta marginnya rumayan besar sehingga sulit bersaing dengan produk dari bank lain yang memiliki tingkat bunga yang rendah.

٧. Peluang dalam mengembangkan produk pembiayaan warung mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri Bandar Buat Padang

a. lokasi kantor Bank syariah Mandiri sangat dekat dengan lingkungan usaha masyarakat seperti kedai, CV, Perusahaan, yayasan kecil maupun besar.
b. PT. Bank syariah Mandiri sudah sangat dikenal masyarakat sehingga sudah tidak asing lagi.

c. Produk pembiayaan yang ditawarkan berbeda dengan bank lain

d. Margin yang rendah mampu menyaingi produk penyaluran dana dari bank lain.

٨. Tantangan atau ancaman dalam mengembangkan produk pembiayaan warung mikro

a. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap perbedaan produk yang ditawarkan dari bank konvensional dengan bank yang berbasis syariah.

b. Masih ada sebagian masyarakat yang hanya mementingkan bagaimana cara mendapatkan pembiayaan tanpa memperhatikan unsur ribanya.

c. Ekonomi yang semakin melemah mengakibatkan masyarakat enggan untuk mengajukan pembiayaan.

٩. saingan keras pembiayaan mikro dengan produk pendanaan dari bank lain

persaingan di lembaga keungan di bidang penyaluran dana ke masyarakat sangat tinggi, sehingga setiap bank berlomba-lomba meningkatkan promosi untuk memperkenalkan produk yang dimiliki. Walaupun pada setiap produk memiliki keunggulan masing-masing, tetap saja persaingan itu memberikan dampak ancaman terhadap keberlangsungan perkembangan produk yang dimiliki. jika bank tersebut tidak mampu membuat strategi untuk mempertahankan

produk, maka akan menjadi ancaman bagi bagi perusahaan. Saat ini, pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang yang menjadi produk bersaing paling ketat yaitu Produk KUR yang mana produk tersebut memiliki tingkatbuga yang sangat rendah.

٢. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu kunci keberhasilan bagi para manajer untuk dapat mengenal lingkungan Internal dan Eksternal, yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesess*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*treath*). Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara yang dilakukan maka dapat dijelaskan:

١. Analisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan)

a. Kekuatan

١) Perusahaan BSM memiliki prinsip dan berlabelkan syariah serta memiliki Lokasi BSM yang strategis.

٢) Pemberian pelayanan yang terbaik oleh marketing mikro untuk calon nasabah dan nasabah.

٣) Margin yang sangat rendah pada pembiayaan di atas ٥٠ juta sampai dengan ٢٠٠ juta, sehingga mampu menyaingi produk dari bank lain.

٤) Produk warung mikro memiliki program aliansi mikro bagi perusahaan atau yayasan, CV, yaitu pembiayaan bagi karyawan

yang sudah bekerjasama dengan cara potong gaji tanpa jaminan dan margin yang rendah.

b. Kelemahan (*weaknesess*)

١) Masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah, sehingga masih banyak masyarakat atau calon nasabah yang mengira bahwa produk pembiayaan warung mikro bank mandiri syariah sama saja dengan produk dai bank lain.

٢) Masih kurang atau terbatasnya SDM di PT. Bank Syariah Mandiri KCP bandar Buat Padang, sehingga memperlambat proses pencairan pembiayaan.

٣) Bank lain yang sudah lebih dulu memiliki nama ataupun image dimasyarakat.

٤) Untuk pembiayaan yang berkisar ١٠ juta sampai ٥٠ juta, marginnya lumayan tinggi sehinnga sulit bersaing dengan produk bank lain yang memiliki tingkat bunga yang rendah.

٢. Analisis Lingkungan Eksternal

a. Peluang (*opportunities*)

١) Lokasi kantor BSM yang terletak dekat dengan lingkungan usaha masyarakat, sehingga memudahkan calon nasabah/nasabah untuk bertransaksi.

٢) Nama dan image BSM sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, jadi calon nasabah tidak ragu-ragu untuk bekerjasama dengan BSM.

٣) Produk yang ditawarkan berbeda dengan bank lain. Sehingga menjadi peluang untuk menarik nasabah dengan produk yang dimiliki tersebut.

٤) Untuk pembiayaan di atas ٥٠ juta sampai ٢٠٠ juta marginnya sangat rendah sehingga menarik minat calon nasabah. Ini akan menjadi salah satu kemudahan dalam mencari nasabah untuk menawarkan produk warung mikro.

b. Ancaman (*treath*)

١) Semakin banyaknya lembaga keungan yang menawarkan berbagai macam produk, khususnya pada produk pembiayaan yang membuat persaingan semakain ketat. Sehingga untuk mempromosikan produk yang dimiliki harus memiliki strategi yang bagus dan bisa memahaami watak masing-masing calon nasabah, agar mau bergabung dan bekerja sama dengan BSM lewat produk yang ditawarkan yaitu pembiayaan.

٢) Lambatnya proses pencairan pembiayaan juga akan menjadi salah satu ancaman bagi BSM dalam memuaskan pelayanan terhadap calon nasabah. Dikarenakan adanya keterbatasan SDM

membuat nasabah menunggu rumayan lama dalam proses mendapatkan pencairan pembiayaan.

٣) Masih lemahnya perhatian masyarakat terhadap diharamkannya riba. Masyarakat masih menganggap bahwa prosedur yang dipakai bank konvensional dan bank syariah sama saja. Sehingga akan mempersulit pihak bank dalam promosi yang menawarkan produk pembiayaan berbasis syariah.

٤) Ada beberapa produk unggulan bank lain yang segmentasi pasarnya sama dengan produk warung mikro di bank BSM, sehingga menjadi ancaman dalam mencari nasabah dan memertahankan nasabah.

Dari uraian di atas maka dapat dibuat matriks SWOT pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang yang didapat dari hasi pengamatan peneliti dan dapat diformulasikan matriks SWOT berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang telah di uraikan sebelumnya, terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel ٤.١

Analisis SWOT pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP bandar Buat Padang

Kekuatan (S)	**Kelemahan (W)**
. BSM memiliki prinsip dan berlabelkan syariah . Pelayanan yang baik dari marketing Mikro. . Margin yang rendah pada pembiayaan di atas ٥ - ٢٠ juta. . Adanya program aliansi mikro untuk pegawai .	. Masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah. . Kurangnya/terbatasnya SDM . Bank lain yang lebih dulu memiliki nama dan image dimasyarakat. . Tingginya margin untuk pembiayaan di atas ١ - ٥ juta.
Peluang (O)	**Ancaman (T)**
. Lokasi BSM yang dekat dengan lingkungan usaha masyarakat. . Nama BSM yang sudah tidak asing lagi. . Produk yang ditawarkan berbeda. . Pembiayaan di atas ٥ - ٢٠ juta marginnya sangat rendah.	. Semakin banyaknya lembaga keuangan dan berlomba-lomba menawarkan produk pembiayaan. . Lambatnya proses pencairan pembiayaan. . Kurangnya perhatian masyarakat terhadap transaksi yang memiliki unsur riba. . Adanya produk unggulan bank lain yang segmentasi pasarnya sama dengan warung mikro.

Sumber:Pengolahan hasil wawancara

٣. Analisis IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation)

Dalam analisis matriks IFE dan EFE penulis akan menilai buah matriks. *Pertama*, *Internal Factor Evaluation* (IFE) matrik yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan, yaitu pada kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*weaknesess*) .*kedua*, External Factor Evaluation (EFE) matrik yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dari luar yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treaths*).

Pemberian bobot diurutkan menjadi ٠,٠١ (sangat rendah), ٠,٠٥ (rendah), dan ٠,١٥ (tinggi). Jumlah seluruh bobot baik pada masing-masing bagian internal dan eksternal harus berjumlah ١,٠ atau ١٠ persen. Sedangkan rantint peringkat digunakan untuk menilai sejauh mana faktor internal dan eksternal penting atau tidak penting untuk dikembangkan. Pemberian nilai ranting diurutkan dari sampai dimana :

) (tidak penting)

) (cukup penting)

١) (penting)

) (sangat penting)

Secara keseluruhan nilai skor yaitu merupakan hasil kali bobot dengan ranting akan memberikan besar jumlah, total pada ke empat faktor baik kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

a. Analisis Internal Factor Evaluation (IFE)

Analisis IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan faktor Internal yang didapat pada Perusahaan IFE, gambaran kondisi Internal perusahaan terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating bobot yang diambil dari hasil wawancara dengan salah satu karyawan di bagian marketing mikro.

Tabel ٤.٢

Hasil IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
	KEKUATAN (*strengths*)			
.	BSM memiliki prinsip dan berlabelkan syariah	٠,٢٠	□	٠,٨
.	Pelayanan yang baik dari marketing Mikro.	٠,١٠	١	٠,
١.	Margin yang rendah pada pembiayaan di atas ٥ - ٢٠ juta.	٠,٢٠	□	٠,
□.	Adanya program aliansi mikro untuk pegawai .	٠,١٠	١	٠,

	JUMLAH	٠,٦٠		٢,٢
	KELEMAHAN (*weaknesess*)			
.	Masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah.	٠,١٤	١	٠,٤٤
.	Kurangnya/terbatasnya SDM.	٠,١٠	١	٠,٢
١.	Bank lain yang lebih dulu memiliki nama dan image dimasyarakat.	٠,٠٤		٠,١
□.	Tingginya margin untuk pembiayaan di atas ١ -٥ juta.	٠,١٠	١	٠,٢
	JUMLAH	٠,٤٠		١,١٥
	TOTAL (S+W)	١,٠٠		٣,٣٥

Sumber :Pengolahan hasil wawancara

Berdasarkan hasil analisis matrik IFE pada tabel ٤.٢ dapat dilihat bahwa sisi internal terlihat bahwa total nilai kekuatan di masing-masing elemen adalah ٢, dimana kekuatan dan kelemahan ,١ maka dapat diperoleh total bobot skor pada tabel IFE ١,٢ .

Hasil menunjukkan bahwa BSM Bandar Buat memiliki posisi internal yang kuat dalam mengatasi kelemahan yang ada dalam mencapai peluang yang ada.

b. Analisis External Factor Evaluation (EFE)

Lingkungan eksternal perusahaan merupakan faktor diluar kendali perusahaan yang dapat memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan.Keberhasilan perusahaan terletak pada kemampuannya beradaptasi dalam lingkungan yang selalu berubahdan berkembang sesuai perkembangan zaman.Faktor-faktor eksternal didapatkan dari pengamatan lingkungan sekitar dan melakukan wawancara dengan karyawan BSM bandar Buat.

Tabel ٤.٣

Hasil EFE

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Ranting	Nilai
	PELUANG (*Opportunities*)			
.	Lokasi BSM yang dekat dengan lingkungan usaha masyarakat.	٠,١٥		,١
.	Nama BSM yang sudah tidak asing lagi.	,١	١	٠,
١.	Produk yang ditawarkan berbeda.	,١	١	٠,
□	Pembiayaan di atas ٤ -٢٠ juta marginnya sangat rendah.	٠,٢٠	□	٠,٨
	JUMLAH	**٠,٥٥**		**١,٧**
	ANCAMAN (*treaths*)			

.	Semakin banyaknya lembaga keuangan dan berlomba-lomba menawarkan berbagai macam produk pembiayaan.	,١		,١
.	Lambatnya proses pencairan pembiayaan.	,	□	,□
١.	Kurangnya perhatian masyarakat terhadap transaksi yangmemiliki unsur riba.	,١	١	,١
□	Adanya produk unggulan bank lain yang segmentasi pasarnya sama dengan warung mikro.	٠,١٠		٠,
	JUMLAH	**٠,٤٥**		**١,٢**
	TOTAL (O+T)	**١,٠٠**		**٢,٩**

Sumber :Pengolahan hasil wawancara

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel □.١ dapat dilihat sisi eksternal terlihat bahwa nilai bobot peluang dari masing-masing elemen adalah ١, sedangkan ancaman , maka dapat diperoleh total bobot tabel EFE sebesar ,.

Hal ini menunjukkan bahwa BSM Bandar Buat mampu merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada.

٤. Matriks SWOT

Setelah diidentifikasi dan dianalisis serta ditentukan analisis bobot dari ranting masing-masing faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan produk pembiayaan warung mikro BSM, maka semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Melalui matrik ini akan mempermudah dalam melihat lebih rinci mengenai elemen dari faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi bersaing dan pengembangan produk pembiayaan warung mikro PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat Padang.

a. Strategi Dalam Memaksimalkan Kekuatan (S-O)

) Terus meningkatkan pelayanan BSM.

) Menjalin hubungan baik dengan calon nasabah/nasabah.

) Memaksimalkan promosi terhadap produk-produk unggulan yang dimiliki.

) Menjaga nama baik BSM dengan menjalankannya sesuai prinsip syariah.

b. Strategi Kekuatan Untuk Menghadapi Tantangan (S-T)

) BSM yang memiliki prinsip dan label syariah akan menjadikan sebuah kekuatan untuk menghadapi persaingan.

) Margin yang rendah menjadi salah satu strategi untuk menarik minat calon nasabah untuk mengajukan pembiayaan.

) Komunikasi yang baik dengan calon nasabah/nasabah harus tetap dijaga untuk meminimalisir timbulnya ketidaknyamanan nasabah terhadap BSM.

) Produk unggulan yang dimiliki harus tetap dikembangkan atau dilakukan inovasi agar mampu bersaing dengan produk bank lain.

c. Strategi dalam Meminimalisir Kelemahan (W-O)

) Terus melakukan peningkatan/memaksimalkan SDM.

) Menjaga dan memelihara nasabah dengan cara menjalin hubungan yang baik dan melakukan pemantauan atau survei ke nasabah.

) Maksimalkan pemahaman untuk masyarakat bahayanya melakukan kegiatan riba dalam kehidupan.

) Memaksimalkan penawaran pada pembiayaan mikro yang marginnya rendah.

d. Kelemahan Untuk Menghadapi Tantangan (W-T)

a) Terus mengenalkan dan memberikan pemahaman kepada calon basabah/nasabah tentang pentingnya bertransaksi dengan bank syariah.

b) Terus melakukan pelatihan/training untuk meningkatkan SDM.

c) Meningkatkan promosi untuk memaksimalkan pencairan pembiyaan yang terarah.

d) Menjaga nama baik BSM dengan melakasanakan prinsip syariah agar mampu bersaing dengan bank lain.

Dari uraian diatas, maka dibuat matrik SWOT pada BSM Bandar Buat yang penulis dapatkan berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan dapat diformulasikan matrik SWOT kedalam tabel . yaitu :

Tabel ٤.٤

Matrik SWOT BSM Bandar Buat Padang

IFE / EFE	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	١. BSM memiliki prinsip dan berlabelkan syariah ٢. Pelayanan yang baik dari marketing Mikro. ٣. Margin yang rendah pada pembiayaan di atas ٥ - ٢٠ juta. ٤. Adanya program aliansi mikro untuk pegawai .	١. Masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah. ٢. Kurangnya/terbatasnya SDM. ٣. bank lain yang lebih dulu memiliki nama dan image dimasyarakat. ٤. Tingginya margin untuk pembiayaan di atas ١ - ٥ juta.
Peluang (O)	**Strategi (S-O)**	**Strategi (W-O)**
١. Lokasi BSM yang dekat dengan lingkungan usaha	. Terus meningkatkan pelayanan BSM. . Menjalin hubungan baik dengan calon nasabah/nasabah.	. Terus melakukan peningkatan / memaksimalkan SDM. . Menjaga dan

masyarakat. ٢. Nama BSM yang sudah tidak asing lagi. ٣. Produk yang ditawarkan berbeda. ٤. Pembiayaan di atas ٥ - ٢٠ juta marginnya sangat rendah.	. Memaksimalkan promosi terhadap produk-produk unggulan yang dimiliki. □. Menjaga nama baik BSM dengan menjalankannya sesuai prinsip syariah.	memelihara nasabah dengan cara menjalin hubungan yang baik dan melakukan pemantauan atau survei ke nasabah. . Maksimalkan pemahaman untuk masyarakat bahayanya melakukan kegiatan riba dalam kehidupan. □. Memaksimalkan penawaran pada pembiayaan mikro yang marginnya rendah.

Ancaman (T)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
١. Semakin banyaknya lembaga keuangan dan berlomba-lomba menawarkan produk pembiayaan. ٢. Lambatnya proses pencairan pembiayaan. ٣. Kurangnya perhatian masyarakat terhadap transaksi yang memiliki unsur riba.	. BSM yang memiliki prinsip dan label syariah akan menjadi sebuah kekuatan untuk menghadapi persaingan. . Margin yang rendah menjadi salah satu strategi untuk menarik minat calon nasabah untuk mengajukan pembiayaan. . Komunikasi yang baik dengan calon nasabah/nasabah harus tetap dijaga untuk meminimalisir timbulnya ketidaknyamanan	. Terus mengenalkan dan memberikan pemahaman kepada calon basabah/nasabah tentang pentingnya bertransaksi dengan bank syariah. . Terus melakukan pelatihan/training untuk meningkatkan SDM. . Meningkatkan promosi untuk memaksimalkan pencairan pembiyaan yang terarah. . Menjaga nama baik BSM dengan melakasanakan

4. Adanya produk unggulan bank lain yang segmentasi pasarnya sama dengan warung mikro.	nasabah terhadap BSM. roduk unggulan yang dimiliki harus tetap dikembangkan atau dilakukan inovasi agar mampu bersaing dengan produk bank lain.	prinsip syariah agar mampu bersaing dengan bank lain.

Sumber: Pengolahan hasil wawncara

Dari matrik SWOT diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa alternatif yang mungkin digunakan dalam startegi bersaing baik antar lembaga keuangan syariah maupun dalam pengembangan produk BSM Bandar Buat Padang.

5. Analisis Bobot Skor

Setelah dilakukan analisa terhadap strategi yang telah ditetapkan baik itu strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT. Maka langkah berikutnya yang harus di ambil adalah dengan memilih salah satu keempat strategi yang telah ditetapkan. Perusahaan dapat menilai manakah dari keempat strategi itu yang mempunyai nilai lebih tinggi dan lebih baik lagi.Sehingga keputusan yang diambil dapat berkualitas dan

sangat mempengaruhi perusahaan untuk melihat strategi yang dapat digunakan BSM Bandar Buat Padang. Untuk itu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel ٤.٥

Total Bobot Skor pada Matrik SWOT

	Kekuatan **Strengths (S)**	**Kelemahan** **Weaknesess (W)**
Peluang **Opportunities (O)**	Strategi S-O Total skor , + ١,٧= ١,d	Strategi W-O Total Skor , ١ + ١, = ,٨
Ancaman **Treaths (T)**	Startegi S-T Total Skor , + , = ٣,	Startegi W-T Total Skor , ١ + , = ,٢

Sumber :pengolahan hasil wawancara

Berdasarkan pada tabel □.□ di atas dan telah dilakukan pertimbangan semua faktor yang mempengaruhi strategi bersaing dan pengembangan produk pembiayaan warung mikro BSM, maka dapat disimpulkan bahwa alternatif yang terpilih adalah strategi SO, yang memiliki skor tertinggi yaitu ٣,٩. BSM dapat meningkatkan lebih daya saingnya. Strategi yang perlu dilakukan untuk pengembangan produk agar mampu bersaing dengan lembaga keuanganlainnya, yang dapat

dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Bandar Buat padang, beberapa stratgi SO yang dapat diterapkan adalah :

. Terus meningkatkan pelayanan BSM.

. Menjalin hubungan baik dengan calon nasabah/nasabah.

. Memaksimalkan promosi terhadap produk-produk unggulan yang dimiliki.

. Menjaga nama baik BSM dengan menjalankannya sesuai prinsip syariah.

Oleh karena itu BSM memiliki kemampuan untuk meningkatkan dan merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kinerja yang lebih baik.Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan BSM dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang.

Jadi dapat disimpulkan dalam strategi yang dijelaskan didukung dengan adanya alternatif kekuatan dan peluang untuk menarik nasabah yang lebih banyak dengan melakukan pengembangan produk dan pelayanan guna memuaskan nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan pada PT. Bank Syariah mandiri KCP bandar Buat padang, maka dapat disimpulkan yaitu, strategi pengembangan produk pembiayaan warung mikro pada PT. Bank syariah Mandiri KCP bandar Buat Padang adalah adanya alternatif kekuatan dan peluang untuk menarik nasabah dengan melakukan pengembangan produk dan pelayanan guna memuaskan nasabah tersebut.

Adapun kekuatan dari BSM adalah Lokasi BSM yang strategis sehingga menjadi salah satu kemudahan untuk mencari calon nasabah dan menjalin kerja sama, Pemberian pelayanan yang terbaik oleh marketing mikro untuk calon nasabah dan nasabah, Margin yang sangat rendah pada pembiayaan di atas ٥٠ juta sampai dengan ٢٠٠ juta, dan adanya program aliansi mikro untuk pegawai yayasan.

Sedangkan peluang dari BSM adalah lokasi kantor BSM yang terletak dekat dengan lingkungan usaha masyarakat, nama dan image BSM sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, Produk yang ditawarkan berbeda dengan bank, dan memiliki margin yang sangat rendah pada pembiayaan di ats ٥٠-٢٠٠ juta.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran bagi pihak terkait, yang bisa dijadikan bahan informasi untuk penghambilan keputusan dimasa yang akan datang, saran yang akan penulis berikan adalah sebagai berikut :

١. Bagi PT. Bank Syariah Mnadiri KCP Bandar Buat Padang

Untuk dapat meningkatkan atau mengembangkan produk pembiayaan warung mikro yaitu dengan memaksimalkan promosi yang baik dan penawaran kepada calon nasabah/nasabah. Serta menjalin komunikasi yang bagus dan survei lapangan mengenai perkembangan usaha nasabah. Guna dilakukan ini agar timbulnya sikap dan pandangan positif dari nasabah bahkan masyarakat yang melihatnya.

Mengusahakan pelayanan yang terbaik untuk menjaga kepuasan dan kenyamanan calon nasabah/nasabah.

٢. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan strategi pengembangan lainnya dengan perolehan informasi yang lebih banyak, tempat yang berbeda, analisis

yang lebih tepat dan tetap berhubungan dengan strategi pengembangan produk.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, Prasetio. ٢٠١٥. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Ekuilibria.

Al-qur'an, albaqarahayat ٢٨٣.

Alma, Buchari, Doni Juni Priansa. ٢٠١٤. *Manajemen Bisnis Syariah* Bandung: Cv. Alfabeta.

Arikunto, Suharsimi. ١٩٩٣. *Management Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Ascarya. ٢٠١٥. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Griffin, Ricky W. dan Ronald J. Ebert. ٢٠٠٦. *BISNIS*. Jakarta: Erlangga.

Kasmir. ٢٠٠٢. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

_____. ٢٠١٤. *ManajemenPerbankan*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.

_____. ٢٠١٥. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Laksana, Fajar. ٢٠٠٨. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Machmud, Amir dan Rukmana. ٢٠١٠. Jakarta: Erlangga.

Muhamad. ٢٠١٤. *Manajemen Dana Bank Syariah* Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.

Muljono, Djoko. ٢٠١٢. *Buku Pintar Strategis Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: ANDI.

Nurlan, Nur Syamsi. ٢٠٠٨. *Indonesia Incorporated berpilar Perbankan Syariah dan UMKM*. Jakarta: Katulistiwa PRESS.

Usman, Rachmadi. ٢٠١٢. *Aspek Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Fredy. ٢٠٠١. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

Suyatno Thomas, Made Sukada, dkk. *Dasar-dasar perkreditan*. Jakarta: PT. GramediaPustakaUtama.

Syafi'i Antonio, Muhammad. ٢٠٠١. *Bank Syariah*. Jakarta: GemaInsani.

Sukarni. ٢٠٠٩. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Teguh, Muhamad. ١٩٩٩. *Metode Penelitian Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Undang-undang No. ١٠ tahun ١٩٩٨

Undang-undang No. ٢١ tahun ٢٠٠٨

Sulhan, Muhammad dan Ely Siswanto. ٢٠٠٨. *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah*. Malang: UIN Malang Press.

Susanto, AB. ٢٠١٤. *Manajemen Komprehensik Strategik*. Jakarta: Erlangga.

Siagian, Sondang P. ٢٠٠٠. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Saluju, J. *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Non Profit*. jakarta: PT. Grasindo.

Suryabrata, Sumadi. ٢٠٠٤. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Subagyo, Joko. ١٩٩١. *metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. jakarta: PT. Rineka Cipta.

Zulkarnain. ٢٠١٢. *Ilmu Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

http://mujahidin/manajemen-pembiayaan-syariah.

Nomor : B-1900/In.26.3/PP.07/07/2018 — 19 Juli 2018
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Pimpinan Bank Syariah Mandiri
KC Bandar Buat Padang

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**ALIMA TUSAKDIAH**
NIM	:	**3314. 134**
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBi)
Program Studi	:	S1 Perbankan Syariah
Semester	:	VIII (Delapan)
Lokasi Penelitian	:	Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang
Judul Skripsi	:	***"Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Warung Mikro pada Bank Syariah Mandiri KC Bandar Buat Padang"***
Waktu	:	18 Juli s/d 31 Juli 2018

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

Hj. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

mandiri
Syariah
PT. Bank Syariah Mandiri
Area Padang
Jl. Belakang Olo No. 47
Padang - 25112
Telp. (0751) 20765 - 21113 (hunting)
Faks. (0751) 24768
www.syariahmandiri.co.id

03 Agustus 2018
No.20/996-3/027
Lamp : -

Kepada YTH
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah
Institute Agama Islam Negeri (IAIN) BKT
Di Bukittinggi

Perihal: **PENYAMPAIAN PERSETUJUAN IZIN PENELITIAN MAHASISWA IAIN BKT DI KCP BANDAR BUAT**
Reff : Surat Izin Penelitian Mahasiswa IAIN BKT

Semoga Bapak/Ibu dan Staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat rahmat dan hidayah dari Allah SWT.

Sehubungan dengan perihal dan refferensi surat tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan persetujuan izin penelitian mahasiswa IAIN BKT dengan data sebagai berikut :

No	Nama Mahasiswa	NIM	Program Studi	Jenjang Pendidikan
1	Alima Tusakhdiah	3314.134	S1 Perbankan Syariah	Strata-1

Adapun data yang diminta hanya bersifat terbatas yang dapat kami berikan ke mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan, Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI
AREA PADANG

Ridwan Nur
Area Operation & Service Manager

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. DATA DIRI

Nama	: **Alima Tusakdiah**
NIM	: ٣٣١٤.١٣٤
Tempat Lahir	: Benteng
Tanggal Lahir	: ١٨ Juni ١٩٩٦
Anak dari	: **L. Saud** (Ayah)
	Yusniati (Ibu)
Anak ke	: ٥ dari ٥ bersaudara
Alamat	: Benteng Kp. DUKUKec. Koto XI Tarusan Kab. Pesisir Selatan.

B. JENJANG PENDIDIKAN

١. SDN ٢٢ DUKU Koto XI Tarusan (Tahun ٢٠٠٢-٢٠٠٨)

٢. SMPN ٤ Koto XI Tarusan (Tahun ٢٠٠٨-٢٠١١)

٣. SMAN ١ Koto XI Tarusan (Tahun ٢٠١١-٢٠١٤)

٤. Jurusan S١ Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi (Tahun ٢٠١٤-٢٠١٨)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

١. Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM)

٢. Anggota Ikatan Mahasiswa Pesisir Selatan (IMAPES)

٣. Pengurus DEMA FEBI IAIN Bukittnggi, Ketua Bidang Eksternal