

**ANALISIS SWOT PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO SYARIAH DI BSI KC MT
HARYONO SEMARANG PADA MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 Dalam Ilmu Ekonomi



Disusun Oleh :

LILIS SETYAWATI

NIM. 1805036144

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) ekslembar
Hal : Naskah Skripsi
A.n Lilis Setyawati

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

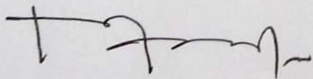
Nama : Lilis Setyawati
NIM : 1805036144
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis SWOT Produk Pembiayaan Mikro Syariah Di BSI KC MT Haryono Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19.

Demikian ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya, harap menjad maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 14 Juni 2022

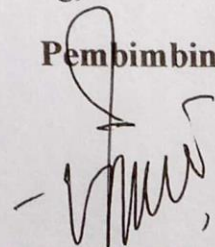
Pembimbing I



H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M.

NIP. 197302172006041001

Pembimbing II



Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM.

NIP.198403082015031003



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl.Prof.Dr.Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
Website : febi.Walisongo.ac.id – Email febi@walisongo .ac.id

PENGESAHAN

Nama : Lilis Setyawati
NIM : 1805036144
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis SWOT Produk Pembiayaan Mikro Syariah Di BSI KC
MT Haryono Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19.

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude pada tanggal 30 Juni 2022 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 30 Juni 2022

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Suhirman, S.H.I., MA.Ek.
NIP. 19841212 2019031010

Sekretaris Sidang

Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM.
NIP. 198403082015031003

Penguji I

Muyassarrah M.Si.
NIP.197104292016012901

Penguji II

Kartika Marella Vanni, S.S.T., M.E.
NIP.199304212019032028

Pembimbing I

H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M.
NIP. 197302172006041001

Pembimbing II

Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM.
NIP. 198403082015031003



MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Qur'an Surat Al-Insyirah : 5)

PERSEMBAHAN

Pada bagian persembahan ini, penulis mengucapkan rasa bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan kesempatan-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini akan penulis persembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tua dari penulis, Bapak dan Ibu yang telah membesarkan, menjaga dan mendidik dengan penuh kesabaran dan keikhlasan, serta memberi segenap kasih sayangnya kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan umur yang panjang kepada kalian berdua.
2. Kepada almamater tercinta, UIN Walisongo Semarang tempat saya menimba ilmu.
3. Kepada Nenek, Om dan Tante dari penulis yang selalu memberi dukungan dan pengertiannya kepada penulis sehingga

Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan kalian dan selalu memberikan nikmat berupa kesehatan, serta umur yang panjang kepada kalian semua.

DEKLARASI

Dengan penuh tanggung jawab dan kejujuran, peneliti menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis maupun diterbitkan orang lain. Demikian skripsi ini tidak berisi satupun ide-ide orang lain, kecuali informasi yang ada dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan oleh peneliti.

Semarang, 17 Juni 2022

Deklarator



Lilis Setyawati

NIM.1805036144

TRANSLITERASI

Transliterasi pada penulisan skripsi sangat diperlukan karena ada sebagian kata berupa nama orang, judul buku, atau nama lembaga dan yang secara asli ditulis dengan huruf Arab sehingga harus dirubah ke dalam huruf latin. Jadi perlu diterapkan sebuah transliterasi sebagai jaminan konsistensi.

A. Konsonan

ء = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

Berikut adalah dua jenis vokal dalam bahasa arab :

a. Vokal Rangkap

Yaitu vokal yang dilambangkan gabungan antara harakat dan huruf, misalnya: (يكتب dibaca Yaktuba) dan (بينكم dibaca Bainakum).

b. Vokal tunggal

Yaitu vokal yang dilambangkan dengan sebuah tanda atau harakat, misalnya (لهم dibaca Lahum) dan (جعل dibaca Ja'ala).

C. Vokal panjang

Vokal panjang dalam bahasa arab disebut maddah, yang ditandai dengan harakat dan huruf. Transliterasinya dilambangkan dengan huruf dan viii tanda macron atau coretan horizontal di atasnya, misalnya (جالكم dibaca Jālikum) dan (جناح dibaca Junāha).

D. Syaddah atau tasydid

Dilambangkan dengan tanda tasydid. Transliterasinya dilambangkan dengan huruf yang sama dengan tanda syaddah atau tasydid, misalnya (حد dibaca Haddun) dan (بّطي dibaca Tayyib).

E. Kata Sandang

Yaitu dilambangkan dengan huruf alif-lam. Transliterasinya dilambangkan dengan huruf “al” dan terpisah dari kata yang mengikuti dan diberi tanda hubung, misalnya (الحساب dibaca Al-hisabi) dan (الشهدا dibaca Al-shuhadā).

F. Ta' Marbutah

Dalam transliterasinya dilambangkan dengan huruf “h” apabila ta marbutah mati maka dibaca seperti huruf diharakat sukun dan dilambangkan huruf “t” apabila ta marbutah terus hidup, misalnya (بلمرحمة dibaca Bil-Marhamah) dan (حليفتفي dibaca Halifatanfi).

G. Tanda Apostrof

Dilambangkan dengan (‘) sebagai transliterasi huruf hamzah dan berlaku apabila letaknya di tengah atau akhir kata, misalnya (تؤمنون dibaca Tu'minuna) dan (شيء dibaca Syai').

ABSTRAK

BSI KC MT Haryono Semarang adalah salah satu dari banyak lembaga keuangan yang menyalurkan pembiayaannya kepada masyarakat. Penyaluran dana pada BSI KC MT Haryono Semarang dilakukan salah satunya melalui produk pembiayaan mikro syariah. Pembiayaan mikro syariah segala bentuk kegiatan penyediaan dana dengan menggunakan prinsip syariah, yang disalurkan khusus untuk masyarakat yang memiliki usaha mikro, kecil dan menengah guna memenuhi kebutuhan permodalan usahanya. Tetapi dalam penelitian ini terdapat dua kendala dalam penyaluran pembiayaan mikro syariah di masa Pandemi Covid-19, yaitu terjadi penurunan jumlah nasabah dibarengi dengan turunnya jumlah dana pembiayaan mikro syariah, dan sulitnya menemukan nasabah yang memenuhi kriteria ditengah pandemi Covid-19 ini. Dari beberapa kendala tersebut, maka peneliti berfokus untuk melakukan analisis SWOT pembiayaan mikro syariah di BSI KC MT Haryono Semarang pada masa pandemi Covid-19. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini metode kualitatif dengan analisis deskriptif.

Dari hasil penelitian ini, berdasarkan matrik SWOT yang diperoleh dari analisis SWOT yang telah dilakukan, menghasilkan beberapa alternatif strategi pemasaran produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang, yaitu strategi SO : menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat luas, dan lembaga/organisasi yang lain untuk menjaga citra baik perusahaan, serta meningkatkan kegiatan promosi produk pembiayaan mikro syariah. Strategi WO : memberikan pengetahuan dan informasi tentang BSI melalui media sosial, media cetak (brosur), dan iklan di papan reklame, meningkatkan kegiatan promosi dan memperluas kerjasama untuk memperluas pangsa pasar. Strategi ST : meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kualitas layanan, memaksimalkan proses pencairan dana pembiayaan mikro syariah, menetapkan target pemasaran yang tepat di masa pandemi covid-19, dan melakukan strategi jemput bola atau door to door. Strategi WT : memberikan pengetahuan dan informasi tentang BSI kepada masyarakat, membuat program-program berhadiah untuk menarik minat masyarakat.

Kata Kunci : Pembiayaan Mikro, Analisis SWOT, BSI KC MT Haryono Semarang.

ABSTRACT

BSI KC MT Haryono Semarang is one of many financial institutions that channel their financing to the public. One of the ways to distribute funds at BSI KC MT Haryono Semarang is through sharia micro financing products. Sharia micro financing is all forms of fund provision activities using sharia principles, which are channeled specifically for people who have micro, small and medium businesses in order to meet their business capital needs. However, in this study, there were two obstacles in the distribution of sharia microfinance during the Covid-19 pandemic, namely a decrease in the number of customers accompanied by a decrease in the number of sharia microfinance funds, and the difficulty of finding customers who met the criteria in the midst of the Covid-19 pandemic. From some of these obstacles, the researchers focused on conducting a SWOT analysis of Islamic microfinance at BSI KC MT Haryono Semarang during the Covid-19 pandemic. The methodology used in this study is a qualitative method with descriptive analysis.

From the results of this study, based on the SWOT matrix obtained from the SWOT analysis that has been carried out, it has produced several alternative marketing strategies for sharia micro financing products at BSI KC MT Haryono Semarang, namely the SO strategy: establishing and maintaining good relations with the wider community, and institutions/organizations that others to maintain the good image of the company, as well as increase promotional activities for sharia microfinance products. WO strategy: providing knowledge and information about BSI through social media, print media (brochures), and advertisements on billboards, increasing promotional activities and expanding cooperation to expand market share. ST strategy: improving product quality and improving service quality, maximizing the process of disbursing sharia microfinance funds, setting appropriate marketing targets during the covid-19 pandemic, and carrying out a door to door strategy. WT strategy: providing knowledge and information about BSI to the community, making programs with prizes to attract public interest.

Keywords: Micro Financing, SWOT Analysis, BSI KC MT Haryono Semarang.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya kepada penulis. Shalawat dan salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan syafa'at-Nya di akhirat kelak.

Dengan rasa penuh syukur, *Alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah skripsi ini dengan judul “ANALISIS SWOT PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO SYARIAH DI BSI KC MT HARYONO SEMARANG”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) dalam jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang senantiasa telah memberikan arahan, bimbingan, bantuan, motivasi, dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

- a. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- b. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, juga selaku Dosen Wali penulis yang telah memberi dorongan, motivasi dan bimbingan selama duduk di bangku kuliah.
- c. Ibu Henny Yuningrum, SE, M.Si selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah dan Ibu Muyassarah, M.Si. selaku Sekertaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
- d. Bapak H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1, terimakasih atas segala saran, masukan, arahan dan waktu yang telah diluangkan untuk membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
- e. Bapak Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM. Selaku Dosen Pembimbing 2, terimakasih atas segala saran, masukan, arahan dan waktu yang telah diluangkan untuk membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
- f. BSI KC MT Haryono Semarang, yang telah mendukung penelitian ini.
- g. Bapak Dian Bagus Pratama selaku *Account Officer Micro* BSI KC MT Haryono Semarang yang telah dengan ikhlas bersedia untuk memberikan banyak informasi kepada penulis.

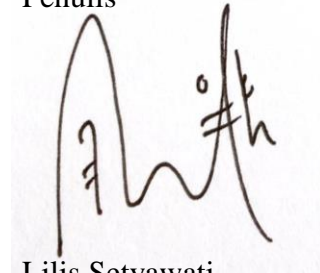
- h. Kepada kedua orang tua dari penulis yang senantiasa selalu mendoakan dan mendukung penulis.
- i. Kepada sahabat-sahabat saya Rastiana, Nuris, Alifia, Ani, Nisa, Jannah, Aini, Ama, dan Vella yang telah mewarnai hari-hari selama masa perkuliahan ini.

Semoga Allah senantiasa memberikan balasan atas segala kebaikan mereka dan selalu melindungi mereka dimanapun mereka berada.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang positif dan membangun. Penulis sangat berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Semarang, 07 Mei 2022

Penulis



Lilis Setyawati

NIM : 1805036144

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	8
C. TUJUAN PENELITIAN.....	8
D. MANFAAT PENELITIAN	8
E. TINJAUAN PUSTAKA	9
F. METODE PENELITIAN.....	16
G. SISTEMATIKA PENULISAN.....	19
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. BANK SYARIAH	
1. Pengertian Bank Syariah	21
2. Perkembangan Bank Syariah.....	23
3. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional.....	24
4. Fungsi dan Tujuan Bank Syariah	25
B. ANALISIS SWOT	
1. Sejarah Analisis SWOT.....	26
2. Pengertian Analisis SWOT	27
3. Faktor-faktor Analisis SWOT	27
4. Matrik SWOT.....	30
5. Kegunaan Analisis SWOT	37

6. Manfaat Analisis SWOT	37
C. PEMBIAYAAN	
1. Sejarah Pembiayaan	37
2. Pengertian Pembiayaan	29
3. Pengertian Pembiayaan Mikro Syariah	30
4. Tujuan Pembiayaan	30
5. Fungsi Pembiayaan.....	31
6. Manfaat Pembiayaan	37
7. Analisis Pembiayaan	30
BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah BSI KC MT Haryono Semarang.....	42
B. Lokasi BSI KC MT Haryono Semarang.....	44
C. Logo BSI KC MT Haryono Semarang.....	44
D. Visi Misi BSI KC MT Haryono Semarang.....	44
E. Struktur Organisasi BSI KC MT Haryono Semarang.....	45
F. Tugas Masing-masing Jabatan di BSI KC MT Haryono Semarang.....	46
G. Produk-produk BSI KC MT Haryono Semarang.....	50
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Produk Pembiayaan Mikro Syariah BSI KC MT Haryono Semarang Selama Masa Pandemi Covid-19.....	61
B. Analisis SWOT Pembiayaan Mikro Syariah BSI KC MT Haryono Semarang..	66
C. Strategi Hasil Dari Analisis SWOT	70
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	78
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
Lampiran.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Dan Dana Pembiayaan Mikro BSI KC MT Haryono Semarang.....	5
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional.....	24
Tabel 2.2 Matrik SWOT	30
Tabel 3.1 Produk Pembiayaan Mikro iB BSI KC MT Haryono Semarang.....	50
Tabel 3.2 Produk Pembiayaan KUR Mikro BSI KC MT Haryono Semarang	52
Tabel 4.1 Matrik SWOT	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, dimana kegiatan usaha yang dijalankan tidak terdapat unsur haram, riba, maisir, gharar dan tidak zalim. Menurut jenisnya, bank syariah dibagi menjadi dua jenis, yaitu BUS (Bank Umum Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah). BUS (Bank Umum Syariah) merupakan bank syariah yang dimana dalam kegiatannya memberikan layanan jasa lalu lintas pembayaran. Sedangkan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) merupakan bank syariah yang dimana dalam kegiatannya tidak memberikan layanan jasa pada lalu lintas pembayaran.¹

Bank syariah merupakan salah satu instrumen ekonomi dimana eksistensinya diyakini oleh para pakar islam dapat memperbaiki atau bahkan dapat mengganti sistem ekonomi konvensional yang masih menerapkan sistem riba atau bunga. Hal itu dikarenakan bank syariah sendiri tidak menggunakan sistem riba/bunga, melainkan bebas bunga (interest free) dalam menjalankan segala kegiatan usahanya.²

¹ www.ojk.go.id diakses pada 02 November 2021, pukul 15:30 WIB

² Muchlis, Arif Afendi, and Shovia Firdiyanti Indah, "DETERMINASI TOTAL ASET UNIT USAHA SYARIAH DI INDONESIA TAHUN 2014-2019", Jurnal Business Management UIN Walisongo Semarang Vol.17 No. 2 (2021),152

Dalam islam, larangan riba sendiri telah dijelaskan pada Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”
(QS. Al-Baqarah:275)³

Secara umum, fungsi bank syariah adalah untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat serta berfungsi untuk memberikan pelayanan jasa lalu lintas pembayaran. Sebagai lembaga keuangan yang berfungsi menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah menjadi alternatif pembiayaan bagi pihak yang membutuhkan dana.⁴

Kemunculan bank syariah untuk yang pertama kalinya di Indonesia ialah saat didirikannya Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 November 1991 dan resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992. Berdirinya Bank Muamalat ini kemudian menjadi pelopor bagi berdirinya lembaga-lembaga keuangan syariah yang lain di seluruh penjuru Indonesia. Munculnya berbagai bank syariah yang baru, membuktikan bahwa bank syariah memiliki masa depan yang baik mengingat bahwa mayoritas penduduk Indonesia adalah penduduk muslim. Pada masa sekarang ini perbankan syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan dari data statistik perbankan syariah pada tahun 2021, jumlah dari (BUS) Bank Umum Syariah yaitu sebanyak 12 unit, jumlah dari (UUS) Unit Usaha Syariah sebanyak 20 unit, dan (BPRS) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebanyak 163 unit. Sementara itu, pertumbuhan aset perbankan syariah juga mengalami peningkatan. Tercatat pada tahun 2020 total aset BUS dan UUS mencapai Rp 593 948 miliar, mengalami peningkatan pada tahun 2021 menjadi Rp 676.735 miliar.⁵ Hal ini menunjukkan tingginya minat masyarakat Indonesia

³ www.quran.kemenag.go.id, “QS. Al-Baqarah Ayat 275”, diakses pada 01 Maret 2022, pukul 11:00 WIB

⁴ A. Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012).

⁵ www.ojk.go.id, diakses pada 16 Desember 2021, pukul 21:00 WIB

untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Tingginya minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah memicu persaingan yang cukup ketat di industri perbankan syariah.

Pada saat ini industri perbankan tengah dibuat kewalahan dengan adanya pandemi Covid-19 di Indonesia. Covid-19 merupakan jenis penyakit menular yang kemunculannya ditimbulkan oleh virus yang bernama virus Corona. Virus Corona diketahui pertama kali ditemukan pada bulan Desember 2019, di China tepatnya di Kota Wuhan. Virus ini menyerang sistem pernapasan manusia, dapat menimbulkan berbagai penyakit ringan seperti batuk, infeksi saluran pernapasan, hingga penyakit berat seperti Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) dan Middle East Respiratory Syndrome (MERS).⁶ Covid-19 mulai menyebar luas dibanyak negara termasuk di Indonesia, tepatnya pada tanggal 2 Maret 2020 saat 2 WNI dikonfirmasi terpapar virus corona. Lalu dari kasus tersebut, persebaran virus corona di Indonesia menjadi meningkat dan menyebar hampir diseluruh wilayah di Indonesia. Hingga pada bulan Desember 2021 jumlah kasus positif covid-19 di Indonesia mencapai 4.262.540 orang dan jumlah pasien meninggal sebanyak 144.088 orang.⁷

Di masa pandemi Covid-19 kebutuhan masyarakat akan pembiayaan menjadi semakin meningkat, terutama pada sektor UMKM. Secara umum, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan suatu usaha yang berdiri sendiri serta dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dengan jumlah kekayaan atau pendapatan tertentu, dimana usaha ini bergerak di hampir semua sektor ekonomi, seperti sektor perdagangan, peternakan, perkebunan, pertanian, jasa, dll.⁸ Menurut data Kemenkop UKM, pada masa pandemi ini ada sekitar 37.000 UMKM yang terdampak pandemi covid-19. Untuk itu sangat diperlukan adanya pemberdayaan

⁶ www.who.org, diakses pada 16 Desember 2021, pukul 22:15 WIB

⁷ www.covid19.go.id, diakses pada 16 Desember 2021, pukul 22:30 WIB

⁸ Dindin Abdurrohman, "Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM", (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020), hlm.15

UMKM. Pemberdayaan UMKM dapat berupa pelatihan/pemberian edukasi kepada SDM serta pemberian pembiayaan permodalan.⁹

Berdasarkan penjelasan dalam Undang–Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang menjelaskan maksud dari pembiayaan, pembiayaan yaitu kegiatan penyediaan dana atau tagihan dengan kesepakatan antara pihak bank dan pihak yang dibiayai, dimana pihak yang menerima fasilitas pembiayaan tersebut diwajibkan untuk mengembalikan dana yang telah diberikan oleh bank sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan berdasarkan kesepakatan bersama, bisa dengan memberi imbalan ujtroh, bagi hasil, atau tanpa imbalan.¹⁰

Salah satu bank syariah yang menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), termasuk pada BSI KC MT Haryono Semarang (ex BRI Syariah). Bank BRI Syariah KC MT Haryono Semarang ini berubah menjadi BSI pada tanggal 1 Februari 2021. Bank BRI Syariah bersama dengan Bank BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri bergabung menjadi satu yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ketiga bank syariah ini diharapkan dapat membantu pembangunan ekonomi nasional serta dapat meningkatkan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Penyaluran dana pada BSI KC MT Haryono Semarang dilakukan salah satunya melalui produk pembiayaan mikro syariah. Pembiayaan mikro syariah adalah segala bentuk kegiatan penyediaan dana dengan menggunakan prinsip syariah, yang disalurkan khusus untuk masyarakat yang memiliki usaha mikro, kecil dan menengah guna memenuhi kebutuhan permodalan usahanya. Persyaratan dokumen pengajuan untuk pembiayaan mikro syariah yaitu fotocopy KK, fotocopy KTP, NPWP, surat nikah (bagi yang sudah menikah), dan bukti

⁹ Betty Silfia Ayu Utami, “Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor Usaha Di Kalimantan Timur”, Journal FEB Vol.17 No. 1 (2021), 1–9.

¹⁰ www.ojk.go.id, diakses pada 21 Desember 2021, pukul 11:16 WIB

kepemilikan agunan. Sedangkan syarat usia calon nasabah yaitu minimal 21 tahun atau sudah menikah.¹¹

Namun menurut keterangan dari Bapak Dian Bagus Pratama, S.H selaku *Account Officer Mikro* (AOM) BSI KC MT Haryono Semarang, terdapat banyak sektor bisnis yang terkena dampak pandemi covid-19 sehingga banyak pula pengusaha yang mengalami kerugian. Karena hal tersebut, selama masa pandemi Covid-19 BSI KC Mt Haryono Semarang mengalami masalah atau kendala khususnya pada pembiayaan mikro. Dimana jumlah nasabah pembiayaan mikro di BSI KC MT Haryono Semarang mengalami penurunan dibanding tahun sebelumnya. Tidak hanya itu, para marketing pembiayaan juga kesulitan untuk mendapatkan nasabah sesuai dengan kriteria bank. Hal ini tentunya dipengaruhi karena terjadi perlambatan ekonomi akibat adanya pandemi.¹² Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Nasabah Pembiayaan Mikro dan Jumlah Pembiayaan Mikro BSI KC MT Haryono Semarang Periode 2019-2021.

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Pembiayaan Mikro
2019	765 orang	46.670.000.000
2020	583 orang	38.305.000.000
2021	698 orang	41.095.000.000

Sumber : Dokumen BSI KC MT Haryono Semarang (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 laporan jumlah nasabah dan jumlah dana pembiayaan mikro tahun 2019-2021 di BSI KC MT Haryono Semarang mengalami penurunan di tahun 2020, yaitu sebesar 17%. Dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 0,6%. Selain itu, di masa pandemi covid-19 ini BSI KC MT Haryono Semarang juga mengalami kesulitan dalam mendapatkan nasabah pembiayaan

¹¹ Dokumen BSI KC MT Haryono Semarang

¹² Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama Karyawan BSI KC MT Haryono Semarang pada tanggal 19 Januari 2022 pukul 16:25 WIB

yang sesuai dengan kriteria mereka. BSI KC MT Haryono Semarang merupakan bank syariah yang cukup besar, terletak di tengah kota yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh banyak orang, memiliki sarana dan prasarana yang memadai, produk pembiayaan mikro yang ditawarkan oleh BSI KC MT Haryono Semarang juga memiliki beragam pilihan plafon pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan memiliki banyak karyawan. Seharusnya sebagai bank syariah yang besar dengan banyak SDM, BSI KC MT Haryono Semarang bisa dengan mudah menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan mikro syariah di masa pandemi, sehingga jumlah nasabah pembiayaan mikro syariah pun tidak mengalami penurunan. Namun faktanya, di masa pandemi Covid-19 ini BSI KC MT Haryono Semarang mengalami penurunan pada jumlah nasabah dan kesulitan untuk mendapatkan nasabah sesuai dengan kriteria mereka.

Maka dari itu untuk bisa memulihkan dan mendapatkan nasabah selama masa pandemi, dibutuhkan sebuah analisis secara mendalam. Analisis perlu dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman pada produk pembiayaan mikro syariah selama masa pandemi agar perusahaan dapat memutuskan rencana serta strategi apa yang cocok digunakan untuk mendapatkan nasabah produk pembiayaan mikro syariah selama pandemi Covid-19 ini. Dengan dilakukannya sebuah analisis secara mendalam, diharapkan menghasilkan output berupa strategi alternatif yang efektif pada masa pandemi. Dan dengan adanya strategi alternatif tersebut diharapkan bisa menjadi contoh dan masukan untuk perusahaan.

Analisis yang digunakan untuk produk pembiayaan mikro syariah ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan sebuah metode atau cara yang digunakan untuk menentukan strategi, dengan cara mengukur dan mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), serta ancaman (*threats*) pada suatu bisnis dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Dengan menganalisis dan memahami faktor internal dan faktor eksternal, dapat

digunakan sebagai acuan atau dasar dalam merencanakan sebuah strategi. Adapun faktor internal pada analisis SWOT yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Sedangkan faktor eksternal pada analisis SWOT yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).¹³

Berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Elmita Sari, Meriyati dan Havis Aravik tahun 2021 dengan judul “*Analisis SWOT Terhadap Pembiayaan Produk Multijasa di PT.BPRS Al-Falah Banyuasin*” hasil penelitian menunjukkan bahwa *Analisis SWOT* pada BPRS Al-Falah berperan penting sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan dan menekan dampak dari kelemahan dan ancaman, serta dapat melihat peluang yang ada, yang dapat menjadikan perusahaan berkembang di masa mendatang. Hasil analisis SWOT terhadap produk pembiayaan multijasa ini yaitu :

- 1) Kekuatan (Strength) : proses pengajuan pembiayaan mudah, pencairannya cepat, dan persyaratannya tidak rumit.
- 2) Kelemahan (Weakness) : kurangnya literasi dan pengetahuan pada masyarakat sehingga masyarakat sekitar menganggap bahwa BRRS Al-Falah sama saja dengan bank konvensional lainnya.
- 3) Peluang (Opportunities) : minat dan kebutuhan masyarakat akan pembiayaan terus meningkat.
- 4) Ancaman (Threat) : banyaknya pesaing yang telah menawarkan produk-produknya.

BPRS Al-Falah Banyuasin menggunakan analisis SWOT untuk memberikan sebuah pandangan bagi perusahaan agar perusahaan tersebut menjadi lebih fokus untuk menentukan keputusan atau strategi.¹⁴

¹³ Muyassarrah, “*Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara*”, Jurnal Ekonomi Managemen dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Vol.1 No.3 (2019), hlm 69–80

¹⁴ Elmita Sari, Meriyati, and Havis Aravik, “ANALISIS SWOT TERHADAP PEMBIAYAAN PRODUK MULTIJASA DI PT . BPRS AL-FALAH BANYUASIN” Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah, Vol.1 (2021),hlm 115-124

Berdasarkan penelitian skripsi yang dilakukan oleh Lely Fitriani tahun 2017 dengan judul “*Analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri Kudus*”, hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pada hasil *Analisis SWOT*, pembiayaan BSM Griya PT. BSM Kudus sudah mampu untuk bersaing secara kompetitif dengan mengupdate strategi pemasaran berdasarkan interpretasi dari hasil analisis SWOT, yaitu :

- 1) Strategi SO : meningkatkan pemasaran dan menjalin kerjasama dengan developer dan instansi lain.
- 2) Strategi WO : meningkatkan promosi, dan meningkatkan loyalitas nasabah.
- 3) Strategi ST : meningkatkan kualitas pelayanan, dan menetapkan target pemasaran yang tepat.
- 4) Strategi WT : meningkatkan kegiatan promosi.¹⁵

Dari uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk menganalisis produk pembiayaan mikro syariah pada BSI KC MT Haryono Semarang dengan menggunakan metode analisis SWOT, dimana faktor-faktor yang dianalisis adalah kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), dengan mengangkat judul “**ANALISIS SWOT PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO SYARIAH BSI KC MT HARYONO SEMARANG PADA MASA PANDEMI COVID-19**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang selama masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana analisis SWOT produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang?

¹⁵ Lely Fitriani, Skripsi: “ANALISIS SWOT PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS” (Kudus: STAIN Kudus,2017)

3. Apa strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang selama masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui analisis SWOT produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang.
3. Untuk mengetahui strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna untuk menambah literasi dalam menganalisis suatu masalah dan bermanfaat untuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai dunia perbankan syariah, khususnya pada Bank Syariah Indonesia.

2. Bagi BSI

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam keefektifan suatu produk dan dapat digunakan untuk memperkenalkan produk pembiayaan mikro syariah kepada para pembaca.

E. Tinjauan Pustaka

Dari hasil tinjauan kajian terhadap penelitian terdahulu, penulis menemukan beberapa studi terdahulu yang dapat dijadikan sebagai tinjauan pustaka terkait dengan topik yang dipilih. Adapun penelitian yang penulis gunakan sebagai tinjauan pustaka yaitu sebagai berikut :

1. Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah Volume 1, No 2 September 2021 oleh Elmita Sari, Meriyati dan Havis Aravik dengan judul “*Analisis SWOT Terhadap Pembiayaan Produk Multijasa di PT.BPRS Al-Falah Banyuasin*”. Tujuan dari

penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT pada produk pembiayaan multijasa, penerapan akad ijarah dan akad kafalah pada pembiayaan multijasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Analisis SWOT* pada BPRS Al-Falah berperan penting sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan dan menekan dampak dari kelemahan dan ancaman, serta dapat melihat peluang yang ada yang memberikan memungkinkan suatu perusahaan akan berkembang di masa mendatang. Hasil analisis SWOT terhadap produk pembiayaan multijasa ini yaitu :

- a. Kekuatan (Strength) : proses pengajuan pembiayaan mudah, pencairannya cepat, dan persyaratannya tidak rumit.
- b. Kelemahan (Weakness) : kurangnya literasi dan pengetahuan pada masyarakat sehingga masyarakat sekitar menganggap bahwa BRRS Al-Falah sama saja dengan bank konvensional lainnya.
- c. Peluang (Opportunities) : minat dan kebutuhan masyarakat akan pembiayaan terus meningkat.
- d. Ancaman (Threat) : banyaknya pesaing yang telah menawarkan produk-produknya.¹⁶

2. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam Volume 1, No 3 18 November 2019 oleh Muyassarah dengan judul “*Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat luas tentang produk simpanan kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Jepara, agar banyak masyarakat berpartisipasi dalam produk tabungan kurban tersebut. Hasil penelitian ini adalah *Analisis SWOT* terhadap strategi pemasaran produk simpanan kurban merupakan sebuah evaluasi guna mengembangkan dan mempertahankan agar BMT NU Sejahtera

¹⁶ Elmita Sari, Meriyati, and Havis Aravik, “*ANALISIS SWOT TERHADAP PEMBIAYAAN PRODUK MULTIJASA DI PT . BPRS AL-FALAH BANYUASIN*” Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah, Vol.1 (2021),hlm 115-124

dapat tetap bersaing dan tetap eksis . Adapun strategi pemasaran pada BMT NU Sejahtera yaitu strategi jemput bola, membuat network, service excellent, strategi produk (memfokuskan pada brand, logo), strategi harga, strategi tempat, promosi melalui iklan.¹⁷

3. Jurnal Social Science, Education and Humanities Research, Volume 536, tahun 2020 oleh Yunita Sri Wulandari, Reni Laelasari dan Faisal Rakhman yang berjudul “*Analysis Of Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats On Multi Jasa Financing at PT BPRS Daarut Tauhid*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang juga ancaman serta strategi dari pengembang produk pembiayaan multi jasa di PT BPRS Daarut Tauhid. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis SWOT terdapat empat kekuatan, tiga kelemahan, tiga peluang dan dua ancaman pada produk pembiayaan multi jasa di PT BPRS Daarut Tauhid. Dan dari hasil analisis SWOT tersebut kemudian menghasilkan beberapa strategi baru yaitu : mempertahankan kepercayaan dan loyalitas nasabah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan nasabah, meningkatkan relasi dan kerjasama dengan banyak lembaga keuangan yang lain, meningkatkan kenyamanan dan keamanan nasabah dalam bertransaksi dengan cara menerapkan sistem berbasis teknologi yang canggih, dan memperluas segmentasi pasar.¹⁸
4. Jurnal Sharia Finance and Economics, Volume 1, Agustus 2021 oleh Linda Nur Fitriyani, Tati Handayani dan Lili Puspita Sari yang berjudul “*Analysis Of The Marketing Strategy Of Savings Products at BMT Nasuha During The Covid-19 Pandemic*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat digunakan untuk memasarkan

¹⁷ Muyassarah, “*Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara*”, Jurnal Ekonomi Managemen dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Vol.1 No.3 (2019), hlm 69–80

¹⁸ Yunita Sri Wulandari, Reni Laelasari, and Faisal Rakhman, “*Analysis of Strengths , Weaknesses , Opportunities , Threats on Multi Jasa Financing at PT BPRS Daarut Tauhid*”, Jurnal Social Science, Education and Humanities Research, Vol.536 (2020), hlm 190–195

produk tabungan selama masa pandemi Covid-19. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT yaitu melakukan kegiatan pemasaran produk melalui berbagai platform di media sosial. Sebelum adanya pandemi covid-19, BMT Nasuha melakukan promosi produk tabungannya hanya melalui pengadaan kegiatan pengajian dan pelatihan saja. Strategi yang lainnya yaitu mengembangkan sistem berbasis teknologi untuk mendukung kegiatan operasional BMT Nasuha dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi, serta mengadakan acara pengajian sebagai salah satu bentuk dari kepedulian sosial dan sebagai sarana untuk melakukan promosi produk tabungan BMT Nasuha.¹⁹

5. Skripsi yang disusun oleh Lely Fitriani Tahun 2017 dengan judul “*Analisis SWOT Pembiayaan Pemilikan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri Kudus*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pembiayaan pemilikan rumah dan mengetahui hasil analisis SWOT pada pembiayaan rumah di BSM Kudus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil dari *analisis SWOT*, pembiayaan BSM Griya PT. Bank Syariah Mandiri Kudus sudah dapat bersaing secara kompetitif dipasaran wilayah kota Kudus dengan menerapkan beberapa strategi pemasaran. Dari hasil analisis SWOT tersebut menghasilkan beberapa strategi pemasaran, diantaranya yaitu:
 - a. Segmentasi, segmentasi yang sesuai berdasarkan analisis SWOT pada BSM Griya Kudus adalah segmentasi rekanan dari developer.
 - b. Targetting, dalam hal ini BSM Kudus menargetkan kelompok tertentu yaitu karyawan dengan penghasilan yang tetap (PNS, dan profesional).

¹⁹ Linda Nur Fitriyani, Tati Handayani, and Lili Puspita Sari, “Analysis Of The Marketing Strategy Of Savings Products at BMT Nasuha During The Covid-19 Pandemic”, *Jurnal of Sharia Finance and Economics* Vol.1, No. 1 (2022), hlm 1–13

- c. Positioning, BMS Kudus harus mampu menempatkan produk BSM Griya pada segmentasi yang tepat. Bauran pemasaran, aspek dari bauran pemasaran yaitu produk, promosi, harga, dan tempat.²⁰
6. Skripsi yang disusun oleh Ridha Ardiansyah tahun 2017 yang berjudul *“Analisis SWOT Terhadap Produk Asuransi Mikro Syariah Si Bijak (Studi Pada Asosiasi Asuransi Mikro Syariah Indonesia)”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman dari produk asuransi mikro syariah Si Bijak, serta mengetahui strategi pemasaran berdasarkan dari hasil analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah dilakukan analisis SWOT terhadap produk asuransi mikro syariah si bijak, menghasilkan beberapa strategi pemasaran yaitu :
- a. Strategi SO, memperluas jangkauan pasar, memanfaatkan media publik untuk mempromosikan keunggulan produk, menambah relasi dan membangun kerjasama dengan banyak instansi.
 - b. Strategi WO, meningkatkan fungsi strategis dan memaksimalkan kerjasama dengan instansi atau koperasi.
 - c. Strategi ST, meningkatkan kualitas pada pelayanannya, melakukan segmentasi pasar, meningkatkan promosi dan menjaga kualitas produk.
 - d. Strategi WT, menjalin hubungan baik dengan nasabah, koperasi, dan instansi lain.²¹
7. Skripsi yang disusun oleh Wilman Al Farizy tahun 2018 yang berjudul *“Analisis SWOT Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Syariah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gatot Subroto Denpasar”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk pembiayaan mikro syariah dan analisis SWOT pada produk pembiayaan mikro syariah yang ada di Bank Syariah

²⁰ Lely Fitriani, Skripsi: “ANALISIS SWOT PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS” (Kudus: STAIN Kudus, 2017).

²¹ Ridha Ardiansyah, Skripsi: " *Analisis SWOT Terhadap Produk Asuransi Mikro Syariah Si Bijak*" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017)

Mandiri KC Gatot Subroto Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *analisis SWOT* produk pembiayaan mikro syariah pada BSM KC Gatot Subroto Denpasar, yaitu :

- a. Kekuatan : pencairan dana cepat yaitu maksimal tiga hari setelah semua persyaratan terpenuhi, margin yang kompetitif, disediakan fasilitas pembayaran untuk nasabah yaitu auto debet/transfer dari bank lain.
- b. Kelemahan : batasan plafond pembiayaan lebih rendah jika dibandingkan dengan bank lain, dan nilai likuiditas agunan tinggi.
- c. Peluang : karakteristik masyarakat di Denpasar yaitu lebih suka meminjam uang daripada menabung, UMKM yang ada di Denpasar tergolong sebagai UMKM yang sedang berkembang, masyarakat muslim di Denpasar lebih suka menggunakan jasa perbankan syariah daripada perbankan konvensional.
- d. Ancaman : masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa bank syariah hanya dikhususkan untuk masyarakat muslim saja, informasi dan data masih terbatas, bank lain mengeluarkan produk KUR yang menjanjikan bunga yang lebih kecil.²²

Dari ke 7 penelitian diatas masing-masing mempunyai relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yaitu sama-sama membahas dan menganalisis faktor internal dan eksternal berupa kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dan menyusun strategi menggunakan hasil dari analisis tersebut. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek penelitian, dan kondisi. Dimana dalam penelitian ini penulis memilih BSI KC MT Haryono Semarang sebagai objek penelitian. Kemudian, berdasarkan fenomena dalam penelitian ini terdapat dua fenomena yaitu pandemi Covid-19 dan identitas baru BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI).

²² Wilman Al Farizy, Skripsi: “Analisis Swot Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Syariah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gatot Subroto Denpasar” (Yogyakarta : UII,2018).

F. Metode Penelitian

Secara umum, pengertian metode penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang terencana, dan terstruktur serta memiliki tujuan, yaitu tujuan praktis maupun tujuan teoritis.²³ Untuk mendukung penulisan skripsi agar memenuhi syarat dan kriteria yang sesuai, maka penulis menggunakan beberapa metode penelitian, yaitu :

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di BSI KC Mt Haryono Semarang, yang berlokasi di Jalan Mt Haryono No. 655 A Rt.01 Rw.12. Kel.Wonodri Kec.Semarang Selatan.

2. Jenis Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif secara umum didefinisikan sebagai suatu penelitian yang memiliki tujuan menganalisis secara rinci suatu gejala, fenomena, fakta atau kenyataan yang terjadi di lapangan.²⁴ Alasan peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini yaitu peneliti meneliti masalah yang membutuhkan analisis studi yang lebih mendalam. Penelitian kualitatif ini lebih memfokuskan kepada penalaran, makna, dan definisi pada situasi atau kondisi tertentu, dan lebih banyak meneliti tentang sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari.²⁵ Data yang dihasilkan dari penelitian kualitatif ini berupa data deskriptif yang umumnya berbentuk kata-kata, rekaman, atau gambar.²⁶

²³ Conny R Semiawan, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Jakarta : Grasindo, 2010), hlm. 20

²⁴ Raco, *Metode ...*, hlm. 2

²⁵ Rukin, "*Metode Penelitian Kualitatif*", 1st ed, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), hlm.7

²⁶ Eko Sugiarto, "*Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis*", 1st ed, (Yogyakarta: Suaka Media, 2015), hlm.9

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang berhubungan langsung dengan objek penelitian.²⁷ Dalam penelitian ini data primer didapatkan secara langsung dari karyawan BSI KC MT Haryono Semarang melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.²⁸ Dalam penelitian ini, sumber data sekunder adalah dokumen-dokumen resmi dari BSI KC MT Haryono Semarang seperti brosur, ppt berisi materi tentang pembiayaan mikro, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan menanyakan beberapa pertanyaan kepada narasumber/ informan.²⁹ Dalam memperoleh informasi dan data-data untuk penelitian ini, penulis mendatangi kantor BSI KC MT Haryono Semarang dan melakukan wawancara secara langsung dengan menanyakan beberapa pertanyaan kepada pihak yang bersangkutan, yaitu karyawan BSI KC MT Haryono Semarang.

²⁷ Safidin Azwar, "*Metodologi Penelitian*", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm.91

²⁸ Umi Masruroh, Skripsi: "Analisis Awot Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara Ib (Studi Pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)", (Semarang : UIN Walisongo,2015)

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2008).

b. Observasi

Dalam penelitian kualitatif, metode observasi merupakan metode yang efektif dalam pengumpulan data karena peneliti dapat mendengar, melihat dan merasakan sebuah kejadian/informasi secara langsung.³⁰ Observasi dilakukan terhadap subjek, perilaku subjek, interaksi subjek dengan peneliti, dan hal-hal yang dianggap relevan. Metode ini penulis gunakan untuk mencocokkan data yang diperoleh dengan keadaan sebenarnya di perusahaan. Observasi atau pengamatan ini dilakukan secara langsung selama penulis melangsungkan kegiatan magang dan wawancara di BSI KC MT Haryono Semarang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah teknik pengumpulan data/informasi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan dari kejadian-kejadian yang berbentuk tulisan ataupun lisan. Istilah dokumen ini tidak jarang merujuk pada materi-materi seperti buku, jurnal ilmiah, website, surat kabar, transkrip, foto, video. Studi dokumen berperan sebagai pelengkap dari penggunaan metode penelitian wawancara dan observasi.³¹ Dalam metode dokumentasi ini peneliti mencari data yang berkaitan dengan penelitian, seperti struktur organisasi beserta tugas-tugasnya, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran secara luas dan mendalam terhadap suatu situasi, masalah atau gejala yang ada. Metode analisis deskriptif ini biasanya disusun dalam bentuk

³⁰ Albi Anggito and Johan Setiawan, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm.110

³¹ Ibid.

susunan kalimat.³² Penulis menggunakan metode ini untuk memberikan gambaran serta pemahaman tentang kondisi, analisis SWOT, serta strategi pemasaran produk pembiayaan mikro syariah pada masa pandemi covid-19.

G. Sistematika Penulisan

Guna mempermudah penulisan pada penelitian ini maka penulis menyusun sebuah sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

- BAB I : PENDAHULUAN
 - A. Latar Belakang
 - B. Rumusan Masalah
 - C. Tujuan Penelitian
 - D. Manfaat Penelitian
 - E. Tinjauan Pustaka
 - F. Metode Penelitian
 - G. Sistematika Penulisan

- BAB II : LANDASAN TEORI
 - A. BANK SYARIAH
 - 1. Pengertian Bank Syariah
 - 2. Perkembangan Bank Syariah
 - 3. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional
 - 4. Fungsi dan Tujuan Bank Syariah
 - B. ANALISIS SWOT
 - 1. Sejarah Analisis SWOT
 - 2. Pengertian Analisis SWOT
 - 3. Faktor-faktor Analisis SWOT
 - 4. Kegunaan Analisis SWOT
 - 5. Manfaat Analisis SWOT

³² J. R. Raco, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Jakarta: PT Grasindo, 2010), hlm.20

C. PEMBIAYAAN MIKRO

1. Sejarah Pembiayaan
2. Pengertian Pembiayaan Mikro
3. Pengertian Pembiayaan Mikro Syariah
4. Tujuan Pembiayaan
5. Fungsi Pembiayaan
6. Manfaat Pembiayaan
7. Analisis Pembiayaan

BAB III : GAMBARAN UMUM BSI KC MT HARYONO SEMARANG

- A. Sejarah BSI KC MT Haryono Semarang
- B. Lokasi BSI KC MT Haryono Semarang
- C. Logo BSI KC MT Haryono Semarang
- D. Visi dan Misi BSI KC MT Haryono Semarang
- E. Struktur Organisasi BSI KC MT Haryono Semarang
- F. Tugas dan Tanggung Jawab Masing-Masing Jabatan Pada BSI KC MT Haryono Semarang
- G. Produk-produk BSI KC MT Haryono Semarang

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

- A. Gambaran Produk Pembiayaan Mikro Syariah BSI KC MT Haryono Semarang Selama Masa Pandemi Covid-19.
- B. Analisis SWOT Produk Pembiayaan Mikro Syariah BSI KC MT Haryono Semarang Pada Masa Pandemi.
- C. Strategi Yang Di Hasilkan Dari Analisis SWOT.

BAB V : PENUTUP

- A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah

1) Pengertian Bank Syariah

Kata bank berasal dari bahasa Italia yaitu *banca* yang memiliki arti tempat penukaran uang, dan arti lain dari kata *banca* adalah tempat duduk. Pendapat lain menyatakan bahwa kata bank berasal dari bahasa Spanyol dan Portugis, dimana pengejaannya adalah *banco*, dan dalam bahasa Perancis menyebutnya dengan istilah *banque*. Sementara itu, pada bahasa Jerman, Belanda, dan Inggris dieja dengan kata *bank*. Dan dalam bahasa Arab bank sendiri diartikan sebagai *al-mashrif* yang berarti tempat penukaran.³³

Seperti yang telah dijelaskan dalam Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah sebuah badan usaha yang berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sedangkan pengertian dari perbankan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan bank.³⁴

Kata syariah berasal dari bahasa Arab yaitu *syara'a* yang bermakna jalan, aturan atau cara. Terdapat dua artian yang merujuk pada makna syariah. Dalam arti luas, maksud dari syariah adalah semua ajaran dan norma yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Didalamnya mengatur tentang kehidupan manusia termasuk aspek kepercayaan (akidah) dan tingkah laku (amaliah). Sedangkan dalam artian sempitnya, maksud dari syariah merujuk pada aspek ajaran serta norma-norma yang mengatur tingkah laku manusia.

³³ Sulaeman Jajuli, "*Produk Pendanaan Bank Syariah*", 1st ed, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), hlm.2

³⁴ Ismail, "*Perbankan Syariah*", 1st ed, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 87-90

Kemudia syariah dengan artian sempit inilah yang disamakan sebagai hukum islam.³⁵

Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah telah dijelaskan bahwa pengertian dari perbankan syariah adalah semua hal yang berhubungan dengan bank syariah dan juga unit usaha syariah, termasuk kelembagaan, kegiatan usaha, cara dan proses dalam pelaksanaan usahanya. Menurut jenisnya, bank syariah terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan pelayanan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah kebalikan dari Bank Umum Syariah, yaitu bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan pelayanan jasa dalam lalu lintas pembayaran.³⁶

Jika dilihat dari segi kegiatan usahanya, tidak terdapat banyak perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional. Bank syariah menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah, dimana dalam prinsip syariah tersebut tidak dibenarkan adanya sistem bunga atau riba, sehingga pada bank syariah diterapkan sistem bagi hasil / profit and loss sharing. Riba merupakan tambahan yang didapat secara tidak sah dalam kegiatan transaksi pinjaman yang mengharuskan nasabah mengembalikan dana yang diterimanya beserta tambahan yang melebihi pokok pinjaman karena melebihi waktu penyerahan atau waktu penyerahan tidak sama.³⁷

³⁵ Wangsawidjaja, "Pembiayaan Bank Syariah", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm.15

³⁶ www.ojk.go.id, diakses pada 21 Desember 2021, pukul 21:49 WIB

³⁷ Ismail, "Perbankan Syariah", (Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP,2011), hlm. 26-28

2) Perkembangan Bank Syariah

Awal mula adanya lembaga keuangan islam yaitu dimulai dengan didirikannya Mit Ghamir Local Saving Bank di Mesir pada tahun 1963. Mith Ghamr Bank ini berhasil menerapkan manajemen perbankan ala Eropa dengan prinsip-prinsip muamalah islam, yang kemudia diaplikasikan pada produk-produk yang sesuai dengan ajaran islam. Produk utama dari Mit Ghamr Bank ini adalah produk pertanian, dimana produk tersebut menjadi produk yang sangat diminati oleh masyarakat. Tercatat ada sebanyak 17.560 nasabah pada tahun pertama dan meningkat menjadi 251.152 nasabah pada tahun kedua.

Pada tahun 1967 bank ini terpaksa tutup dikarenakan masalah politik. Operasional Mit Ghamr Bank kemudian diambil alih oleh National Bank of Egypt dan Bank Sentral Mesir. Kejadian ini menjadi tanda telah berakhirnya penerapan bank tanpa riba. Namun seiring berjalannya waktu pada tahun 1971, Mesir berhasil mendirikan bank islam lagi, yang bernama *Nasser Social Bank*. Bank lokal yang beroperasi tanpa bunga ini kemudian menjadi pelopor diadakannya sebuah konferensi ekonomi islam pertama di Mekah pada tahun 1975. Lalu pada tahun 1977 berdirilah Islamic Development Bank (IDB) dan kemudian diikuti oleh lembaga-lembaga keuangan islam yang berdiri diberbagai negara.³⁸

Di Indonesia, pendirian bank islam dimulai pada tahun 1988 saat adanya Paket Kebijakan Oktober (PAKTO) yang didalamnya mengatur mengenai deregulasi industri perbankan di Indonesia. Setelah ada rekomendasi dari Lokakarya Ulama mengenai bunga bank dan perbankan di Bogor pada tanggal 19-22 Agustus 1990, dan diikuti dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, maka didirikanlah Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Umum Islam yang pertama di Indonesia. Berdirinya

³⁸ Nurnasrina and P. Adiyes Putra, "*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*", (Pekanbaru: Cahaya Firdaus, 2018)

Bank Muamalat Indonesia ini kemudian diikuti dengan kemunculan bank-bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Namun dikarenakan bank pembiayaan rakyat syariah ini dirasa tidak dapat menjangkau banyak kalangan masyarakat maka dibentuklah Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Setelah beroperasi selama 2 tahun, Bank Muamalat membantu pendirian asuransi islam Syarikat Takaful sebagai asuransi islam pertama di Indonesia. Selain itu, di tahun 1997 Bank Muamalat juga membantu Lokakarya Ulama tentang Reksa Dana Syariah dan kemudian diikuti dengan beroperasinya lembaga reksa dana syariah oleh PT Danareksa.

Kemudian dengan adanya UU No.10 Tahun 1998 yang mengatur mengenai perubahan UU No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, sehingga secara nyata sistem perbankan syariah ditempatkan sebagai bagian dari sistem perbankan nasional. Keberadaan perbankan syariah semakin kuat saat diterbitkannya UU No.21 Tahun 2008 yang mengatur tentang perbankan syariah.³⁹

3) Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional

Berikut merupakan penjelasan mengenai perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, yaitu :

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Menyalurkan dana hanya untuk investasi halal dan menguntungkan.	Menyalurkan dana hanya untuk investasi yang menguntungkan saja, tanpa mempertimbangkan haram atau halal.

³⁹ Gita Danupranata, "*Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*" (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013), hlm. 32-33

2	Return yang diberikan menggunakan sistem bagi hasil.	Return yang diberikan menggunakan sistem bunga.
3	Perjanjian yang digunakan berupa akad yang sesuai dengan prinsip syariah.	Perjanjian yang digunakan adalah dasar hukum positif.
4	Falah dan profil oriented.	Profit oriented.
5	Bank dengan nasabah berhubungan sebagai mitra.	Bank dengan nasabah berhubungan sebagai kreditor dan debitur.
6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, serta DPS (Dewan Pengawas Syariah).	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, tidak terdapat DPS (Dewan Pengawas Syariah) sebagai.
7	Penyelesaian sengketa sebisa mungkin diselesaikan secara musyawarah antara pihak bank dengan nasabah, melalui pengadilan agama.	Penyelesaian sengketa diselesaikan melalui pengadilan negeri. ⁴⁰

Sumber : (Ismail, 2011)

4) Fungsi dan Tujuan Bank Syariah

Pada dasarnya fungsi dan tujuan dari bank syariah hampir sama dengan bank konvensional, yaitu berfungsi sebagai lembaga perantara yang mengumpulkan serta menyalurkan dana masyarakat, dan juga berfungsi sebagai financier. Bank syariah bertujuan untuk mendukung pelaksanaan

⁴⁰ Ismail, "Perbankan Syariah", (Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP, 2011)

pembangunan tingkat nasional, serta membantu meningkatkan pemerataan kesejahteraan masyarakat.⁴¹

B. Analisis SWOT

1) Sejarah Analisis SWOT

Analisis SWOT pertama kali dikenalkan oleh Albert Humphrey. Hal tersebut dilakukannya saat melakukan sebuah penelitian di Stanford University sekitar tahun 1960-1970. Albert Humphrey telah melakukan analisis pada 500 perusahaan di Amerika Serikat. Tujuan diadakannya proyek analisis tersebut adalah untuk mencari tahu mengapa sebuah perencanaan bisnis bisa mengalami kegagalan serta tertarik mencari solusi apa yang tepat untuk merespon atas kegagalan tersebut. Penelitian ini dilakukan oleh beberapa orang yaitu Albert Humphrey, Marion Doshier, Birger Lie, Robert Stewart, dan Dr. Otis Benepe.

Saat itu Albert Humphrey menjadi pemimpin disebuah proyek penelitian yang selanjutnya penelitian tersebut dikembangkan dengan model Tim Aksi Model (TAM) yang bisa dipergunakan oleh eksekutif dalam menjalankan manajemen perubahan dan pengembangan organisasi. Proyek penelitian Albert Humphrey mempunyai konsep stakeholder dan analisis SWOT. Meskipun model TAM yang diperkenalkan oleh Albert Humphrey masih terdapat beberapa kelemahan, namun model TAM ini termasuk dalam konsep pendekatan yang banyak dipergunakan oleh banyak pakar analisis dibidang manajemen. Kemudian banyak pihak yang menyetujui bahwa Albert Humphrey adalah orang yang pertama kali memperkenalkan analisis SWOT.

Keberhasilan Albert Humphrey memperkenalkan analisis SWOT ini dimulai dengan adanya tren perencanaan perusahaan yang muncul sekitar tahun 1949 di Du Pont. Hal ini lah yang kemudia melatar belakangi

⁴¹ Wangsawidjaja, "*Pembiayaan Bank Syariah*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012)

menyebarnya *corporate manager* dan “Asosiasi Perencanaan Perusahaan Jangka Panjang” untuk perusahaan yang masuk dalam daftar Fortune 500.⁴²

2) Pengertian Analisis SWOT

Menurut Fajar Nur'aini Dwi Fatimah dalam bukunya yang berjudul Teknik Analisis SWOT, menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT adalah suatu metode atau cara yang dipergunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman.⁴³ Sedangkan menurut Ratnawaty Marginingsih dalam penelitiannya, analisis SWOT dianggap sebagai suatu metode atau cara untuk mendeskripsikan perusahaan karena masing-masing perusahaan atau organisasi pasti mempunyai kekuatan dan kelemahan. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat menjadi referensi untuk menyusun perencanaan yang strategis serta dapat mencapai tujuan perusahaan secara sistematis. Pada dasarnya analisis SWOT didasarkan kepada logika, yang mana hal itu dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada.⁴⁴

3) Faktor-faktor Analisis SWOT

a. Kekuatan (Strengths)

Kekuatan merupakan sebuah kompetensi khusus yang terdapat pada suatu perusahaan yang menjadikan perusahaan tersebut memiliki keunggulan tersendiri. Hal tersebut dapat dilihat jika sebuah perusahaan memiliki hal khusus yang menjadikan perusahaan tersebut menjadi unggul dari perusahaan pesaing dan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

⁴² Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, "*Teknik Analisis SWOT*", (Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA, 2020), hlm. 2-7

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Ratnawaty Marginingsih, “Analisis SWOT Technology Financial (FinTech) Terhadap Industri Perbankan”, *Jurnal Perbankan* Vol. 19, No. 1 (2019), hlm. 57

Bagi perusahaan, mengetahui kekuatan atau potensi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dapat menjadi sebuah langkah untuk menuju kemajuan bagi perusahaan tersebut. Dengan mengetahui apa saja aspek yang menjadi kekuatan bagi perusahaan, maka langkah yang harus dilakukan selanjutnya adalah mempertahankan kekuatan tersebut.

b. Kelemahan (weaknesses)

Kelemahan merupakan kondisi yang menjadi keterbatasan atau kekurangan pada suatu perusahaan/organisasi. Pada umumnya, sebuah kelemahan adalah hal yang wajar yang ada dalam perusahaan/organisasi. Keterbatasan atau kekurangan yang menjadikan kelemahan dalam suatu perusahaan bisa berupa :

- 1) Keterbatasan sumber daya
- 2) Keterbatasan pada sarana dan prasarana yang ada
- 3) Kurangnya kemampuan atau keterampilan para karyawannya
- 4) Kurang dalam memanfaatkan peluang yang ada
- 5) Output atau produk yang dihasilkan kurang sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.

c. Peluang (opportunities)

Peluang merupakan kondisi atau situasi diluar lingkungan perusahaan yang sifatnya menguntungkan bagi perusahaan. Ada 3 kategori dalam peluang, diantaranya yaitu sebagai berikut :

1) Low

Suatu peluang dapat dikatakan dalam kategori low atau rendah yaitu jika tingkat daya tarik dan manfaat kecil atau rendah, serta peluang pencapaiannya pun juga kecil.

2) Moderate

Suatu peluang dapat dikatakan dalam kategori moderate atau sedang yaitu jika tingkat daya tarik dan manfaat besar, tetapi peluang pencapaiannya kecil atau sebaliknya.

3) Best

Suatu peluang dapat dikatakan dalam kategori best atau baik yaitu jika tingkat daya tarik dan manfaat yang tinggi, serta peluang pencapaiannya juga tinggi atau besar.

Ada beberapa kondisi yang bisa menjadi peluang bagi perusahaan, diantara kondisi tersebut yaitu :

- 1) Kecenderungan pasar menyukai suatu produk
- 2) Hubungan dengan konsumen
- 3) Situasi perdagangan dengan para kompetitor berubah
- 4) Identifikasi pada produk yang belum mendapatkan pasar

d. Ancaman (threats)

Ancaman merupakan kondisi diluar perusahaan yang bisa mengganggu serta menghambat kelancaran bisnis pada perusahaan atau organisasi. Kondisi ini kebalikan dari peluang (opportunities). Ancaman bisa berupa sesuatu yang berasal dari luar perusahaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Jika ancaman tersebut tidak segera diatasi dengan tepat maka dapat memberikan dampak berkepanjangan, sehingga bisa menjadi sebuah hambatan bagi keberhasilan perusahaan. Sama halnya dengan peluang, ancaman juga memiliki 3 kategori atau tingkatan, yaitu sebagai berikut :

1) Major threat/ancaman utama

Ancaman utama merupakan ancaman dimana kemungkinan terjadinya besar/tinggi dan kemungkinan dapat memberikan dampak yang besar. Untuk mengatasi ancaman utama ini dibutuhkan planning atau rencana dan strategi yang serius agar keberlangsungan suatu perusahaan atau organisasi tidak terancam.

2) Moderate threat/ancaman moderate

Ancaman moderate merupakan ancaman yang kemungkinan tingkat keparahannya besar/tinggi, namun kemungkinan terjadinya

rendah. Atau bisa juga sebaliknya, yaitu kemungkinan tingkat keparahannya rendah namun kemungkinan terjadinya tinggi.

3) Minor threat/ancaman tidak utama

Ancaman tidak utama merupakan ancaman yang memiliki dampak kecil dan kemungkinan terjadi juga kecil.⁴⁵

4) Matriks SWOT

Penyusunan matriks SWOT dilakukan berdasarkan hasil dari analisis SWOT, yakni menggabungkan semua faktor-faktor internal dan eksternal yang ada. Secara skematis matriks SWOT dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2.2
Matrik SWOT

Faktor Internal	Strenght (S) Faktor yang menjadikan kekuatan bagi perusahaan.	Weakness (W) Faktor yang menjadikan kelemahan bagi perusahaan.
Faktor Eksternal		
Opportunities (O) Peluang yang ada bagi perusahaan.	Strategi SO Memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada dengan maksimal.	Strategi WO Meminimalisir kelemahan dengan memanfaatkan peluang secara baik dan maksimal.
Threats (T) Ancaman yang ada bagi perusahaan.	Strategi ST Memanfaatkan kekuatan dengan maksimal untuk	Strategi WT Meminimalisir kelemahan dan mencegah semua

⁴⁵ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, "Teknik Analisis SWOT", (Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA, 2020)

	mengatasi ancaman yang ada.	ancaman. ⁴⁶
--	--------------------------------	------------------------

Sumber : (Kuncoro, 2005)

5) Kegunaan Analisis SWOT

Analisis SWOT memiliki banyak kegunaan yang bermanfaat bagi suatu perusahaan maupun organisasi. Kegunaan tersebut diantaranya adalah :

- a. Dapat dipergunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal perusahaan/organisasi.
- b. Dapat dipergunakan untuk mengetahui posisi atau perbandingan tingkatan sebuah perusahaan dengan perusahaan yang lainnya.
- c. Dapat dipergunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menjalankan bisnis ditengah banyaknya pesaing yang ada.

6) Manfaat Analisis SWOT

Selain kegunaan yang telah disebutkan diatas, analisis SWOT juga memiliki beberapa manfaat bagi perusahaan/organisasi, diantaranya yaitu sebagai berikut :

- a. Analisis SWOT membantu memberikan hasil analisis yang akurat sehingga dapat dijadikan sebagai arahan atau rekomendasi bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan faktor kekuatan, dan memanfaatkan peluang yang ada serta mengatasi ancaman yang ada.
- b. Analisis SWOT dapat dijadikan sebagai instrumen yang baik untuk menganalisis sesuatu sehingga dapat menghasilkan langkah yang baik dan tepat sesuai dengan keadaan atau masalah yang sedang dihadapi.
- c. Analisis SWOT dapat membantu perusahaan/organisasi untuk mengurangi kelemahan yang ada, dan meminimalisir dampak dari ancaman yang memungkinkan bisa terjadi.⁴⁷

⁴⁶ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Memperoleh Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005).

C. Pembiayaan

1) Sejarah Pembiayaan

Sejarah perbankan syariah dimulai dengan berdirinya Bank Tabungan Lokal Mit Ghamr di Mesir pada tahun 1963. Namun, kegiatan perbankan syariah sudah ada sejak zaman Nabi Muhammad SAW dan para sahabat. Banyak kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat pada masa awal penyebaran Islam, antara lain kegiatan jual beli, hutang piutang, barter, persewaan, kerjasama pertanian, peternakan, perkebunan dan jasa pengiriman uang. Saat itu, kegiatan ini dilakukan secara sederhana. Membayar tagihan untuk aktivitas pada saat itu dibuat dengan menggunakan sistem riba, dan hal tersebut sudah biasa dilakukan oleh masyarakat Quraisy sampai sistem riba akhirnya dilarang dalam Islam.

Pada masa Khalifah Bani Abbasiyah masyarakat yang melakukan kegiatan ekonomi biasa dikenal dengan julukan *naqif*, *jihbiz*, dan *sarrafa*. Untuk istilah *jihbiz* sendiri khusus disematkan kepada orang-orang yang memiliki keahlian dalam berbagai kegiatan ekonomi tersebut. Praktek ekonomi yang dijalankan oleh para *jihbiz* mengalami kemajuan dari waktu ke waktu, hingga akhirnya dikenal dengan istilah *sak* (cek) untuk digunakan sebagai alat pembayaran. Tokoh yang pertama kali mengenalkan istilah *sak* adalah Sayf al-Dawlah al Hamdani, yang dipergunakan untuk kegiatan kliring antara Irak dan Syiria. Kegiatan-kegiatan tersebut akhirnya yang mendorong lahirnya perbankan modern.

Seiring dengan adanya kemajuan bangsa Eropa dan kemunduran kekhalifahan islam, bangsa Eropa kemudian memperkenalkan bank yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana serta menyalurkan dana dengan menerapkan sistem bunga. Pada awalnya penerapan sistem bunga memang dilarang oleh gereja, akan tetapi praktek riba kemudian mulai diperbolehkan

⁴⁷ Fatimah, *Teknik Analisis SWOT*.

pada saat Ratu Elizabeth 1 memerintah. Dengan diperbolehkannya menjalankan praktek bunga, seiring dengan berjalannya waktu hal tersebut menjadi menjalar di wilayah kekuasaan bangsa Eropa. Sehingga banyak bank-bank berbasis bunga tersebar hingga diseluruh dunia.

2) Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan berasal dari kata *biaya* yang berarti mengeluarkan uang dalam keadaan darurat untuk suatu keperluan. Yang dimaksud dengan pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, dengan berdasarkan kesepakatan antara bank dan pihak lain yang mewajibkan penerima fasilitas pembiayaan untuk membayar kembali dana dalam jangka waktu tertentu dengan memberikan kompensasi atau imbalan bagi hasil. Pembiayaan juga dapat diartikan sebagai kegiatan pendanaan yang diberikan untuk mendukung investasi. Pembiayaan dapat dikatakan amanah atau kepercayaan, artinya bank sebagai lembaga keuangan memberikan kepercayaan kepada nasabah untuk menjalankan amanat berupa dana dan mengelolanya secara benar, jujur dan adil.

Penyaluran pembiayaan pada bank syariah ataupun lembaga keuangan syariah yang lain haruslah dilakukan berdasarkan prinsip syariah. Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 yang mengatur tentang perbankan syariah pasal 1 ayat 12 telah menjelaskan pengertian prinsip syariah. Prinsip syariah merupakan prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa dari lembaga yang berwenang menetapkan fatwa dibidang syariah.⁴⁸

⁴⁸ Nurnasrina and Putra, "Manajemen Pembiayaan Bank Syariah", (Pekanbaru : Cahaya Firdaus, 2018)

Kegiatan pembiayaan telah dijelaskan dalam Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 280, sebagai berikut :

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*Artinya : “Dan jika (orang berutang itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Dan jika kamu menyedekahkan, itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui”.*⁴⁹

Maksud dari surat diatas adalah jika memberikan pinjaman atau hutang kepada orang lain, dan orang tersebut mengalami kesulitan sehingga belum bisa membayar kewajibannya maka berikanlah orang tersebut tenggang waktu untuk melunasinya. Jangan memaksanya untuk segera membayar, dan apabila kamu menyedekahkan uang tersebut maka itu lebih baik bagimu.

3) Pengertian Pembiayaan Mikro Syariah

Pembiayaan mikro syariah adalah segala bentuk kegiatan penyaluran atau pemberian dana yang secara khusus diberikan untuk sekmen mikro yang berlandaskan prinsip syariah. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria yaitu kekayaan bersihnya sampai dengan Rp. 50.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan komersial) atau memiliki pendapatan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00. Penyaluran pembiayaan mikro oleh bank syariah ditujukan untuk keperluan modal operasional, investasi dan konsumtif.⁵⁰

4) Tujuan Pembiayaan

Berdasarkan prinsip syariah, kegiatan pembiayaan bertujuan untuk membantu meningkatkan kesempatan kerja serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Kasmir dalam

⁴⁹ www.quran.kemenag.go.id, “QS. Al-Baqarah Ayat 280”, diakses pada 01 Maret 2022, pukul 19:51 WIB

⁵⁰ www.ojk.go.id, diakses pada 25 Desember 2021, pukul 16:50 WIB

bukunya yang berjudul *Manajemen Perbankan*, pembiayaan memiliki beberapa tujuan, yaitu sebagai berikut :

- a) Mencari keuntungan atau memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan.
- b) Membantu pemerintah untuk meningkatkan pembangunan dalam berbagai sektor, dengan harapan banyak usaha akan berkembang dengan begitu penerimaan pajak menjadi meningkat, dapat membantu memperluas lapangan pekerjaan, serta meningkatkan jumlah barang dan jasa.
- c) Membantu meningkatkan usaha nasabah. Penyaluran pembiayaan oleh lembaga keuangan diharapkan dapat membantu meningkatkan usaha dan pendapatan masyarakat dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.⁵¹

Selain tujuan yang telah disebutkan diatas, pembiayaan juga memiliki berbagai fungsi sebagai :

- a) Alat stabilitas ekonomi
- b) Meningkatkan gairah/keinginan usaha masyarakat
- c) Sarana untuk meningkatkan pendapatan nasional.⁵²

5) Fungsi Pembiayaan

Secara umum fungsi dari pembiayaan adalah memberikan bantuan kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhan permodalan untuk mengembangkan usaha mereka. Masyarakat yang dimaksud adalah individu, pengusaha, lembaga ataupun badan usaha yang sedang membutuhkan dana. Secara spesifik, fungsi pembiayaan adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai sarana untuk memanfaatkan idle fund

Bank merupakan perantara yang dapat mempertemukan pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan/membutuhkan dana.

⁵¹ Kasmir, "*Manajemen Perbankan*", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002)

⁵² Nurnasrina and Putra, "*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*", (Pekanbaru : Cahaya Firdaus, 2018)

Dengan adanya gap diantara kedua pihak tersebut, kegiatan pembiayaan dirasa bisa mengatasi keadaan tersebut. Bank dapat menggunakan dana yang idle untuk kemudian diberikan kepada pihak yang kekurangan dana. Dana yang diberikan tersebut, menjadi efektif karena digunakan oleh pihak yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya.

b. Sebagai alat pengendali harga

Ekspansi pembiayaan dapat mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar dimasyarakat, dan meningkatnya jumlah uang yang beredar tersebut dapat menyebabkan kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan pembiayaan dapat memberikan pengaruh pada jumlah uang yang beredar dimasyarakat. Terbatasnya jumlah uang yang beredar dapat berdampak pada penurunan harga.

c. Membantu meningkatkan manfaat ekonomi

Setelah mendapatkan fasilitas pembiayaan, nasabah (pengusaha) akan mulai menghasilkan/memproduksi barang dengan cara mengolah bahan mentah menjadi barang jadi sehingga dapat meningkatkan jumlah perdagangan dan mendorong untuk melaksanakan kegiatan perekonomian lainnya.⁵³

6) Manfaat Pembiayaan

Pembiayaan yang disalurkan oleh bank memiliki beberapa manfaat, diantaranya yaitu manfaat pembiayaan bagi bank, manfaat pembiayaan bagi debitur, dan manfaat pembiayaan bagi masyarakat umum.

a. Manfaat Pembiayaan Bagi Bank

1) Bank syariah mendapatkan hasil dari pembiayaan berupa margin keuntungan, bagi hasil, dan pendapatan sewa, tergantung kepada akad pembiayaan yang digunakan.

⁵³ Ibid.

- 2) Pembiayaan menjadi salah satu faktor yang memberikan pengaruh terhadap meningkatnya profitabilitas bank. Hal ini tercermin pada perolehan laba, dimana meningkatnya laba usaha bank dapat menyebabkan kenaikan pada tingkat profitabilitas bank.
 - 3) Penyaluran pembiayaan pada nasabah, secara tidak langsung merupakan strategi untuk memasarkan produk-produk bank yang lain, seperti produk simpanan dan jasa. Pasalnya salah satu syarat untuk melakukan pembiayaan adalah memiliki rekening sebelum mengajukan permohonan pembiayaan.
- b. Manfaat Pembiayaan Bagi Nasabah
- 1) Membantu mengembangkan usaha milik nasabah. Dengan fasilitas pembiayaan dari bank dapat membantu mengembangkan dan meningkatkan volume produksi dan penjualan dari usaha yang dijalankan oleh nasabah.
 - 2) Membantu meningkatkan kualitas ekonomi dan meningkatkan pendapatan nasabah.
- c. Manfaat Pembiayaan Bagi Pemerintah
- 1) Dapat membantu mendorong pertumbuhan sektor riil karena pembiayaan yang disalurkan kepada perusahaan untuk modal kerja atau investasi mampu meningkatkan volume produksi sehingga dapat berdampak pada meningkatnya volume usaha yang kemudian bisa membantu meningkatkan pendapatan secara nasional.
 - 2) Dapat bermanfaat sebagai alat pengendali moneter. Penyaluran pembiayaan kepada masyarakat dilakukan pada saat peredaran uang di masyarakat terbatas. Dengan adanya penyaluran pembiayaan dapat meningkatkan peredaran uang dimasyarakat, dengan demikian arus barang juga meningkat. Sedangkan saat meningkatnya jumlah peredaran uang dimasyarakat, penyaluran pembiayaan akan dibatasi agar peredaran uang dapat dikendalikan dan nilai uang menjadi stabil.

3) Dapat menambah lapangan pekerjaan dan membantu meningkatkan pendapatan masyarakat. Fasilitas pembiayaan terutama pembiayaan modal kerja atau investasi yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang digunakan untuk meningkatkan volume usaha tentu akan menyerap banyak tenaga kerja. Dengan begitu pendapatan masyarakat juga akan bertambah.

d. Manfaat Pembiayaan Bagi Masyarakat Umum

- 1) Menambah lapangan pekerjaan
- 2) Memberikan pelayanan jasa yang aman dan terpercaya bagi masyarakat.
- 3) Masyarakat yang menyimpan dana di bank akan mendapatkan imbalan dari bagi hasil.

Dari penjelasan tentang manfaat pembiayaan diatas, dapat dikatakan bahwa dana yang dititipkan oleh nasabah akan diputar oleh bank dengan cara disalurkan kepada masyarakat melalui pembiayaan agar digunakan untuk usaha, sehingga mendapatkan hasil. Hasil tersebut nantinya akan diberikan kepada nasabah penyimpan dana dan juga bank sesuai proporsi dan juga nisbah yang telah ditentukan.⁵⁴

7) Analisis Pembiayaan

Analisis pembiayaan adalah sebuah tahapan dalam proses pembiayaan yang dilakukan oleh bank syariah, dengan bertujuan untuk menilai permohonan pengajuan pembiayaan dari calon nasabah sehingga dapat mencegah kemungkinan terjadinya default oleh nasabah. Prinsip 5C yang diterapkan oleh BSI KC Mt Haryono Semarang (Ex BRI Syariah) telah dijelaskan dalam Modul Pembiayaan Mikro BRI Syariah yang disusun oleh Micro Banking Division, yaitu sebagai berikut :

⁵⁴ Ismail, "*Perbankan Syariah*", 1st ed. (Jakarta: KENCANA, 2011)

a. Character (Watak/Kepribadian)

Character (watak/kepribadian) merupakan hal yang penting karena bank akan berasumsi bahwa seseorang dengan karakter yang baik akan membayar kewajibannya tepat waktu, sehingga dapat meminimalkan kerugian pembiayaan. Untuk mengetahui character dari nasabah, cara yang dilakukan oleh bank yaitu sebagai berikut :

1) Nasabah Baru

Dapat dilakukan dengan cara BI Checking, yaitu pengecekan informasi historis nasabah yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia berupa informasi identitas nasabah, agunan, pembiayaan yang diterima, dan kolektabilitas. Selain dengan BI Checking, bank juga bisa mengakses informasi lain dari pihak lain. Bank dapat meminta informasi yang berkaitan dengan karakter calon nasabah dari tetangga, maupun rekan kerja.

Hal-hal yang menjadi penilaian saat melakukan interview dengan calon nasabah dan pihak ketiga adalah kejujuran saat menjawab pertanyaan, jawaban harus konsisten dan sinkron dengan form aplikasi yang telah diisi, menguasai usaha yang dijalani, gaya hidup harus sesuai dengan penghasilan, tidak sedang terlibat dalam aktifitas yang melanggar hukum, disiplin dalam membayar kewajibannya (pajak, listrik,dll). Latar belakang calon nasabah juga akan dinilai, seperti kondisi keluarga (sedang dalam proses cerai atau tidak), riwayat usaha (pengalaman usaha dan lama menjalani usaha).

2) Nasabah Lama

Bank dapat melihat dan menilai dari performance/historical pembiayaan.

b. Capacity (Kemampuan Membayar Kembali)

Analisis capacity perlu dilakukan untuk mengetahui kemampuan calon nasabah dalam membayar kewajibannya sesuai dengan tenggang waktu

yang telah ditetapkan. Penilaian capacity dilakukan dengan cara mengumpulkan dan verifikasi data-data seperti data sales (nota penjualan, rekening tabungan), data piutang dan data pembelian

c. Capital (Modal)

Modal merupakan jumlah seluruh dana yang akan disertakan dalam usaha yang akan dijalankan. Semakin besar modal yang akan diikutsertakan oleh calon nasabah dalam objek pembiayaan, semakin besar pula keyakinan bank pada keseriusan calon nasabah untuk mengajukan permohonan pembiayaan. Biasanya bank akan menilai laporan keuangan calon nasabah apabila calon nasabah adalah sebuah lembaga/perusahaan, dan jika calon nasabah adalah perorangan biasanya bank akan menilai dari rekening tabungan/uang muka.

d. Collateral (Agunan)

Agunan atau biasa disebut dengan jaminan adalah sumber pembayaran yang kedua. Jika nasabah tidak bisa melunasi pembayarannya maka agunan yang dijaminan oleh nasabah akan dijual oleh pihak bank. Hasil dari penjualan agunan itulah yang akan digunakan untuk membayar/melunasi angsuran pembiayaan. Agunan yang dapat digunakan adalah agunan yang mudah diperjual belikan, memiliki harga pasar yang tinggi, mudah dipindah tangankan. Berikut adalah hal-hal yang menjadi penilaian terhadap agunan :

1) Jaminan Tanah, tanah dan bangunan

Jaminan berupa tanah, maupun tanah dan bangunan harus memiliki akses jalan dan mudah dijangkau, lokasi jaminan berada pada tempat yang memiliki nilai jual (tidak berada disekitar kuburan, atau tempat yang susah untuk dijangkau), tanah dan bangunan sengketa atau sedang terkena proyek pembangunan pemerintah maupun swasta tidak dapat diajukan sebagai agunan, ukuran fisik tanah maupun bangunan harus sesuai dengan sertifikat.

2) Jaminan Kendaraan Bermotor

Kendaraan bermotor yang dijadikan sebagai jaminan harus memiliki nilai jual yang baik, kendaraan tidak merupakan bekas kecelakaan sehingga menyebabkan kerusakan yang parah, tidak sedang disewakan kepada pihak lain, harus dilengkapi dengan BPKB dan STNK.

e. Condition of Economy (Kondisi Ekonomi)

Bank harus melakukan analisa terhadap sektor usaha calon nasabah dengan kondisi ekonomi. Analisa dampak dari kondisi ekonomi terhadap usaha calon nasabah sangat penting dilakukan untuk mengetahui apakah usaha tersebut dapat bertahan lama atau tidak. Kebijakan pemerintah merupakan faktor yang menjadi pertimbangan bagi bank untuk melakukan analisis terhadap kondisi ekonomi.⁵⁵

⁵⁵ Dokumen BSI KC MT Haryono Semarang

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah BSI Kantor Cabang MT Haryono Semarang

BSI kantor cabang Semarang ini awalnya merupakan bank BRI Syariah. Awal berdirinya PT Bank BRI Syariah Tbk bermula dari PT BRI (Persero) Tbk yang meng-akuisisi Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007. Setelah mendapat izin usaha dari Bank Indonesia melalui surat No. 10/67/KEP.GBI/DPG/2008 pada 16 Oktober 2008, kemudian BRI Syariah resmi beroperasi pada 17 November 2008 dengan nama PT Bank Syariah. Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah, dan mulai berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009 dengan dilakukannya penandatanganan oleh Sofyan Basir (Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk) dan Ventje Rahardjo (Direktur Utama PT Bank BRI Syariah).

BRI Syariah memiliki basis nasabah yang luas yang tersebar di hampir seluruh Indonesia. Hal tersebut membuktikan bahwa BRI Syariah memiliki kapabilitas yang tinggi sebagai bank ritel modern. Seiring dengan berjalannya waktu, pada tahun 2017 BRI Syariah menjadi bank syariah pertama yang mampu menyalurkan pembiayaan KUR Syariah sebesar Rp 58,1 miliar. BRI Syariah kemudian mengambil langkah dengan melakukan initial public offering di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 9 Mei 2018.⁵⁶

Kemudian pada tanggal 1 Februari tahun 2021 Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah resmi bergabung menjadi satu entitas yaitu BSI (Bank Syariah Indonesia). BSI mendapatkan izin OJK dengan Nomor : SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah ke

⁵⁶ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/reports/Annua>, Annual Report BRI Syariah, diakses pada 2 Januari 2022, pukul 19:55 WIB, hlm. 46-47

dalam PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Tbk, serta izin perubahan nama dengan menggunakan izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor pusat BSI terletak di The Tower, Jl. Gatot Subroto No.27 Kelurahan Karet Semanggi, Setiabudi, Jakarta Selatan.⁵⁷

Sebelumnya, pada tanggal 12 Oktober 2020 Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengumumkan dimulainya proses merger tiga bank umum syariah anak usaha bank BUMN. Proses merger tiga bank tersebut ditargetkan akan selesai pada bulan Februari 2021. Menteri BUMN, Erick Thohir menyampaikan beberapa pertimbangan yang mendorong dilakukannya proses merger. Pertimbangan itu adalah pemerintah melihat bahwa dibandingkan dengan perbankan konvensional, perbankan syariah masih tertinggal. Selain itu, terdapat peluang besar yang dapat menjadikan merger ini sebagai bukti, bahwa sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim mempunyai bank syariah yang kuat secara fundamental.⁵⁸

Komposisi pemegang saham BSI terdiri dari PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,25% dan pemegang saham lainnya dibawah 5% (termasuk publik) sebesar 7,08%. Tujuan merger tiga bank syariah ini adalah untuk menciptakan sebuah bank syariah yang lebih besar lagi, dengan harapan bisa memasuki pasar global dan membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, dengan dilakukannya merger tiga bank syariah ini dinilai dapat menjadikan proses penggalangan dana, operasional dan belanja menjadi lebih efektif dan efisien. Melalui proses merger ini, perbankan syariah diharapkan akan dapat terus tumbuh dan berkembang. Penggabungan antara Bank Syariah

⁵⁷ <https://www.bankbsi.co.id/company-information>, diakses pada 2 Januari 2022, pukul 20:04 WIB

⁵⁸ Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional," Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik Vol.13 No. 3 (2021), hlm. 19–24

Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah diharapkan dapat menggabungkan keunggulan dari ketiga bank syariah tersebut sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik, lengkap, memiliki jangkauan yang luas di seluruh penjuru Indonesia dan memiliki kapasitas permodalan yang baik.⁵⁹

B. Lokasi BSI KC MT Haryono Semarang

BSI Kantor Cabang Semarang berlokasi di Jalan MT.Haryono No.655 A Rt.01 Rw.12, Wonodri, Semarang, Jawa Tengah. Lokasi tersebut dinilai dapat memberikan keuntungan bagi BSI karena lokasi yang strategis berada ditengah kota dan dekat dengan tempat yang digunakan sebagai pusat kegiatan masyarakat seperti pasar, sekolah, mall, restaurant, masjid, dll sehingga mudah dikenal oleh masyarakat luas dan mudah dijangkau oleh nasabah.

C. Logo BSI KC MT Haryono Semarang



D. Visi dan Misi BSI KC Mt Haryono Semarang

1. **Visi** : Menciptakan bank syariah yang dapat menjadi salah satu dari 10 bank islam terbaik secara global.
2. **Misi**
 - a. Menjadi salah satu bank besar yang mampu memberikan value terbaik bagi para pemegang saham.
 - b. Menjadi top 5 bank yang paling menguntungkan di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat(PB>2).⁶⁰

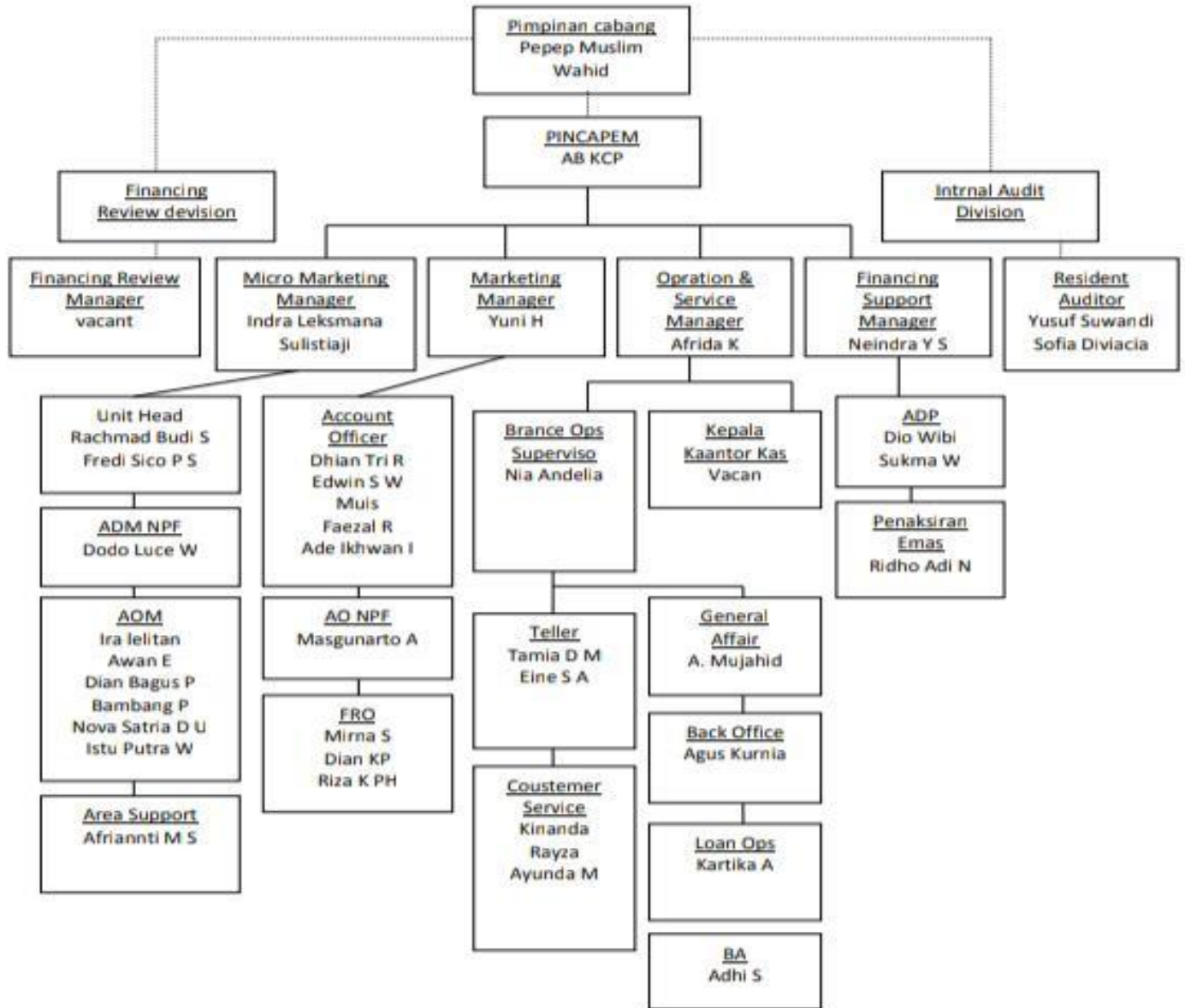
⁵⁹ <https://www.bankbsi.co.id/company-information>, diakses 03 Januari 2022, pukul 16:30

WIB

⁶⁰ BSI, “Sejarah BSI” (BSI Bank Syariah Indonesia, 2022), <https://www.bankbsi.co.id/company-information>.

E. Struktur Organisasi BSI KC MT Haryono Semarang

Berikut adalah struktur organisasi pada BSI KC MT Haryono Semarang :



Sumber : BSI KC MT Haryono Semarang

F. Tugas dan Tanggung Jawab Masing-Masing Jabatan Pada BSI KC MT Haryono Semarang

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan salah satu karyawan BSI KC MT Haryono Semarang, berikut merupakan tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan/posisi pada struktur organisasi BSI KC MT Haryono Semarang :

1. Branch Manager (Pimpinan Cabang)

Tugas dari branch manager (pimpinan cabang) yaitu :

- a. Memberi arahan dan masukan terhadap rencana kerja di kantor cabang, kantor cabang pembantu, dan kantor kas.
- b. Memonitor dan mengawasi semua kegiatan operasional di perusahaan.
- c. Melakukan pengembangan kegiatan operasional.
- d. Menilai kinerja karyawan.

2. Resident Auditor

Tugas dari resident auditor yaitu :

- a. Menganalisis dan membuat Perencanaan Audit Tahunan (PAT), dan Perencanaan Audit Individual.
- b. Melakukan audit dan konsultasi guna meningkatkan penerapan manajemen resiko dan pelaksanaan Good Corporate Governance.

3. ADP (Administrasi Pembiayaan)

Tugas dari ADP yaitu :

- a. Bertanggung jawab kepada Financing Support Manager atas hasil kinerja administrasi pembiayaan.
- b. Menyimpan dokumen jaminan atau agunan dari nasabah pembiayaan.

4. Penaksir Emas

Tugas dari penaksir emas yaitu melakukan penaksiran nilai dan kualitas emas yang akan digadaikan oleh nasabah.⁶¹

5. Branch Operation Supervisor

Tugas dari branch operation supervisor yaitu melakukan koordinir pelayanan dan transaksi yang sesuai dengan prosedur.

6. Teller

Tugas dari teller yaitu :

- a. Melakukan transaksi tunai dan non tunai
- b. Melayani kebutuhan nasabah
- c. Bertanggung jawab dan memastikan jumlah antara kas yang ada di sistem dengan kas yang ada diterminal sudah sesuai.⁶²

7. Customer Service

Tugas dari customer service yaitu :

- a. Menginformasikan tentang produk-produk dan layanan bank kepada nasabah.
- b. Memproses permohonan nasabah atas pembukaan rekening, tabungan, dan deposito.
- c. Membantu menyelesaikan keluhan atau masalah yang dikeluhkan nasabah terkait dengan layanan bank tersebut.

8. General Affair

Tugas dari general affair yaitu :

- a. Mengelola SDM
- b. Mengelola rumah tangga kantor cabang dan mengelola alat tulis kantor.

⁶¹ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama pada tanggal 19 Januari 2022, pukul 16:25 WIB

⁶² Risa Windasari, Skripsi :“Strategi Produk Pembiayaan Mikro 25iB BRI Syariah KC Semarang”, (Semarang : UIN Walisongo,2018), hlm. 50–51

9. Back Office

Tugas dari back office yaitu :

- a. Melakukan fungsi entry data, seperti melakukan pembukuan transaksi, memindah bukukan dan transaksi back office lainnya.
- b. Memproses dana pencairan pembiayaan.
- c. Membukukan dan melakukan validasi setoran transaksi dari nasabah.
- d. Bertugas melakukan kliring.

10. Marketing Manager

Tugas dari marketing manager yaitu mempersiapkan rencana kerja anggaran dalam rangka mencapai target bisnis yang dikelolanya.

11. Account Officer

Tugas dari account officer yaitu :

- a. Melakukan pemasaran
- b. Memprakarsai kegiatan pembiayaan yang sesuai dengan ketentuan bank.

12. AO NPF

Tugas dari Account Officer Non Performing Financing yaitu bertanggung jawab atas pembiayaan macet.

13. FRO

Tugas dari Funding Relationship Officer yaitu :

- a. Membuat strategi pemasaran produk
- b. Meningkatkan jumlah dana yang ada di cabang

14. Micro Marketing Manager

Tugas dari micro marketing manager yaitu bertanggung jawab atas kinerja pada Unit Mikro Syariah (UMS) dalam rangka meningkatkan jumlah pendapatan perusahaan dan mengatur serta mengkoordinir seluruh staff untuk mendukung kegiatan usaha UMS dan memastikan tercapainya target marketing.

15. AOM

Tugas dari account officer micro yaitu :

- a. Memasarkan produk pembiayaan mikro kepada masyarakat.
- b. Mengumpulkan data-data keuangan dari nasabah dan calon nasabah.
- c. Memonitor/mengawasi pembayaran kewajiban yang akan jatuh tempo.

16. Area Support

Tugas dari area support yaitu :

- a. Menganalisis pembiayaan
- b. Mengevaluasi jaminan sesuai dengan kebijakan pembiayaan.⁶³

⁶³ Ade Elsha Sukma Windana, "Implementasi Dan Mekanisme Model Pembiayaan Linkage Executing PADA BRI Syariah KC Semarang" (2020): 34–37.

G. Produk Pembiayaan Mikro BSI KC MT Haryono Semarang

1. Pembiayaan Mikro Syariah

Pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang dibagi menjadi produk yang berbeda, yaitu mikro iB dan KUR.⁶⁴

a. Mikro iB

Produk pembiayaan mikro iB adalah pembiayaan berjangka pendek dengan tenor minimal 6 bulan dan maksimal 36 bulan atau bisa sampai dengan 60 bulan dengan ketentuan khusus. Produk mikro iB ini merupakan produk pembiayaan yang berasal dari BSI secara langsung. Akad yang digunakan pada produk mikro iB adalah akad murabahah dan wakalah. Produk mikro iB terbagi menjadi 3 yaitu mikro 25 iB, mikro 75 iB, dan mikro 200 iB. Berikut merupakan tabel penjelasan mengenai rincian produk pembiayaan mikro iB :

Tabel 3.1

Produk Pembiayaan Mikro iB BSI KC MT Haryono Semarang

Subject	Mikro 25 iB	Mikro 75 iB	Mikro 200 iB
Target Market	Wiraswasta pemilik usaha/pengusaha yang memiliki historical pinjaman yang baik di bank/lembaga keuangan yang lain dengan di dukung bukti melalui BI Checking dan bukti fisik berupa pembayaran lainnya minimal selama 6 bulan. Usaha minimal telah berjalan selama 1 tahun.		
Tujuan Pembiayaan	Pembiayaan modal kerja, investasi dan konsumsi, dengan ketentuan konsumsi setinggi-tingginya 50% dari tujuan produktif.		
Limit	Rp5.000.000	Rp 5.000.000 s/d	> Rp 75.000.000 s/d

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama Karyawan BSI KC MT Haryono Semarang, pada tanggal 19 Januari 2022, pukul 16:25 WIB

Pembiayaan	s/d Rp25.000.000	Rp 75.000.000	Rp200.000.000
Tenor Pembiayaan	Minimal 3-12 bulan	Modal kerja (6-36 bulan) investasi (6-60 bulan)	6-60 bulan
Jaminan/Agunan	Kendaraan bermotor (BPKB) Tanah Kosong Tanah dan bangunan (Sertifikat : SHGB, SHM)		
Usia Nasabah	21 tahun – 65 tahun		
Syarat Dokumentasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulir 2. Asuransi jiwa pembiayaan 3. Akad pembiayaan 4. Fotocopy KTP 5. Fotocopy KK, surat nikah/surat keterangan belum menikah dari kelurahan 6. Surat Izin Usaha 7. Fotocopy NPWP 8. Bukti historical pembayaran pinjaman minimal selama 6 bulan 9. Pas foto 4x6 10. Surat pernyataan nasabah 		
BI Checking	<ol style="list-style-type: none"> 1. Riwayat pembiayaan dengan kolektibilitas 1/lancar 2. Tidak masuk dalam Daftar Hitam Bank Indonesia. 		

Sumber : Dokumen BSI KC MT Haryono Semarang

b. KUR Mikro

Produk pembiayaan KUR merupakan produk pembiayaan yang berasal dari pemerintah yang dimasukkan ke BSI dan diadakan dengan skema syariah. Akad yang digunakan dalam pembiayaan KUR ini yaitu akad murabahah dan akad wakalah. Produk pembiayaan KUR terbagi menjadi 2 yaitu KUR 50 dan KUR 500.⁶⁵ Berikut merupakan tabel penjelasan mengenai rincian produk pembiayaan KUR Mikro :

Tabel 3.2

Produk Pembiayaan KUR Mikro

Subject	KUR 50	KUR 500
Target Market	Wiraswasta pemilik usaha/pengusaha yang memiliki historical pinjaman yang baik di bank/lembaga keuangan yang lain dengan di dukung bukti melalui BI Checking atau bukti fisik berupa pembayaran lainnya minimal selama 6 bulan. Calon nasabah tidak boleh memiliki pinjaman di bank manapun dalam bentuk modal kerja/investasi. Calon nasabah hanya boleh memiliki pinjaman di bank lain dalam bentuk kartu kredit, KPR, dan konsumtif. Usaha minimal telah berjalan selama 1 tahun.	
Tujuan Pembiayaan	Pembiayaan modal kerja, investasi dan konsumsi, dengan ketentuan konsumsi setinggi-tingginya 50% dari tujuan produktif.	
Limit Pembiayaan	Rp 10.000.000 s/d Rp 50.000.000	> Rp 50.000.000 s/d Rp 500.000.000
Tenor	Maksimal 60 bulan	Modal kerja (48 bulan)

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama, karyawan BSI KC MT Haryono Semarang pada tanggal 19 Januari 2022, pukul 16:25 WIB

Pembiayaan	Investasi (60 bulan)
Jaminan / Agunan	Kendaraan bermotor (BPKB) Tanah Kosong Tanah dan bangunan (Sertifikat : SHGB,SHM)
Usia Nasabah	21tahun – 65 tahun.
Syarat Dokumentasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulir 2. Asuransi jiwa 3. Pembiayaan 4. Akad pembiayaan 5. Fotocopy KTP 6. Fotocopy KK, surat nikah/ surat keterangan belum menikah dari kelurahan 7. Surat Izin Usaha 8. Fotocopy NPWP 9. Bukti historical pembayaran pinjaman minimal selama 6 bulan 10. Pas foto 4x6 11. Surat pernyataan nasabah
BI Checking	<ol style="list-style-type: none"> 1. Riwayat pembiayaan dengan kolektibilitas 1/lancar. 2. Tidak masuk dalam Daftar Hitam Bank Indonesia.

Sumber : Dokumen BSI KC MT Haryono Semarang

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Produk Pembiayaan Mikro Syariah BSI KC MT Haryono Semarang Selama Masa Pandemi Covid-19

Pembiayaan mikro syariah adalah segala bentuk kegiatan penyediaan dana dengan menggunakan prinsip syariah, yang disalurkan khusus untuk masyarakat yang memiliki usaha mikro, kecil dan menengah guna memenuhi kebutuhan permodalan usahanya.⁶⁶ Pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang dibagi menjadi produk yang berbeda, yaitu mikro iB dan KUR Mikro.⁶⁷

Menurut penuturan dari Bapak Dian Bagus Pratama selaku *Account Officer Mikro* (AOM), kondisi produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang sebelum adanya pandemi covid-19 ini stabil dan berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang ada, yaitu calon nasabah datang langsung ke kantor BSI KC MT Haryono Semarang dan mengisi formulir pengajuan pembiayaan. Formulir aplikasi terdiri dari: nama calon nasabah, jenis kelamin, nomor KTP, alamat sesuai KTP, tempat tanggal lahir, pendidikan terakhir, status perkawinan, nama pasangan jika sudah menikah, nama ibu kandung, jumlah tanggungan, alamat dan nomor telepon tempat usaha dilengkapi dengan keterangan mengenai jenis kegiatan usaha, dan omset rata-rata perbulan. Selanjutnya formulir aplikasi yang telah diisi diserahkan kepada *Account Officer Mikro* untuk di verifikasi dan dianalisis. Setelah verifikasi dokumen, *AOM* akan mendatangi tempat usaha calon nasabah guna memperoleh informasi dari calon nasabah. Setelah semua

⁶⁶ Ahmad Subagyo and Budi Purnomo, *Account For Commercial Microfinance* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009).

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama Karyawan BSI KC MT Haryono Semarang, pada tanggal 19 Januari 2022, pukul 16:25 WIB

persyaratan sudah lengkap dan memenuhi kriteria, kemudian akan dikeluarkan persetujuan pembiayaan oleh pimpinan cabang.

Pada tahun 2019 sebelum pandemi Covid-19 tercatat penyaluran pembiayaan mikro syariah BSI MT Haryono Semarang sebesar Rp46.670.000.000. Tim marketing pembiayaan mikro membidik banyak sektor usaha seperti usaha di bidang kesehatan, usaha di bidang makanan/minuman, usaha di bidang travel, usaha di bidang pertanian, usaha di bidang peternakan, serta usaha penyedia barang dan jasa yang lainnya yang perputaran uangnya banyak.⁶⁸

Kemudian pada saat terjadi pandemi Covid-19 di tahun 2020 penyaluran pembiayaan mikro mulai mengalami penurunan menjadi Rp 38.305.000.000. Banyak pelaku usaha yang mengalami kerugian karena berkurangnya pendapatan/keuntungan pada bisnis mereka, dan bahkan banyak juga yang menutup usahanya. Ada juga yang memilih untuk tetap melanjutkan usahanya namun mengurangi jumlah produksi mereka. Ditengah keadaan yang sulit itu, banyak dari mereka yang tidak ingin mengajukan permohonan pembiayaan di bank karena mereka takut jika nantinya mereka tidak bisa membayar kewajibannya dan malah membuat susah mereka. Keadaan tersebut mulai berangsur membaik di tahun 2021 dengan jumlah penyaluran pembiayaan sebesar Rp41.095.000.000, walaupun masih berada dibawah jumlah penyaluran pembiayaan pada tahun 2019.⁶⁹

Selain itu, pandemi Covid-19 ini juga menyebabkan kenaikan pada jumlah pembiayaan bermasalah. Karena banyak nasabah yang kesulitan untuk membayar kewajiban mereka. Pembiayaan bermasalah menjadi perhatian penting dalam kinerja bank syariah karena pembiayaan bermasalah merupakan salah satu indikator yang dapat menjadikan suatu bank syariah

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama, karyawan BSI KC MT Haryono Semarang pada tanggal 19 Januari 2022, pukul 16:00 WIB

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama, Karyawan BSI KC MT Haryono Semarang pada tanggal 19 Januari 2022 pukul 16:25 WIB

dikategorikan sehat atau tidak sehat. Apabila tingkat pengembalian pembiayaan baik maka tingkat kesehatan bank dapat dikatakan baik. Sebaliknya, jika pengembalian pembiayaan dari nasabah macet atau mengalami hambatan maka tingkat kesehatan bank tersebut tergolong tidak sehat. Bapak Dio Wibi mengatakan bahwa : “Pada masa pandemi ini sudah pasti pembiayaan bermasalah akan meningkat. Tetapi nasabah dengan kasus pembiayaan bermasalah tersebut dapat mengajukan restrukturisasi untuk menyelesaikan sisa pembiayaannya. Sampai tahun 2021 ini sudah ada kurang lebih 900 nasabah yang mengajukan restrukturisasi pembiayaan. Nasabah yang mengajukan restrukturisasi tersebut terdiri dari nasabah baru dan nasabah lama yang masih memiliki kewajiban membayar angsuran pembiayaan. Nasabah yang dapat mengajukan restrukturisasi tentunya hanya nasabah yang benar-benar mengalami kerugian atas dampak pandemi covid-19 atau nasabah dengan kualitas kurang lancar/macet”.⁷⁰

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.10/18/PBI/2008 yang mengatur tentang Restrukturisasi Pembiayaan Bagi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, restrukturisasi pembiayaan merupakan suatu langkah yang dilakukan oleh bank untuk membantu nasabah agar dapat memenuhi/membayar kewajibannya, melalui :

1. Rescheduling (Penjadwalan Kembali)

Perubahan jadwal pembiayaan angsuran nasabah atau perubahan jangka waktunya.

2. Reconditioning (Persyaratan Kembali)

Perubahan pada seluruh atau sebagian persyaratan pembiayaan, antara lain yaitu perubahan pada jadwal pembayaran, perubahan jumlah angsuran, dan perubahan jangka waktu.

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Dio Wibi, karyawan BSI KC MT Haryono Semarang pada tanggal 9 Februari 2022, pukul 16:00 WIB

3. Restructuring (Penataan Kembali)

Perubahan persyaratan pembiayaan tidak terbatas pada rescheduling dan reconditioning, seperti penambahan dana fasilitas pembiayaan bank, konversi akad pembiayaan, dll.⁷¹

Dalam praktiknya, BSI KC MT Haryono Semarang menerapkan beberapa strategi untuk memasarkan produk pembiayaan mikro syariah. Diantara strategi yang diterapkan adalah sebagai berikut :

1. Segmentasi

Segmentasi adalah membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang dikelompokkan berdasarkan kebutuhan atau karakter.⁷² Dalam pemasaran produk pembiayaan mikro syariah, BSI KC MT Haryono Semarang lebih berfokus kepada UMKM, pedagang di pasar tradisional, pengusaha individual yang terbiasa menggunakan badan hukum, pekerja dan pemilik usaha.

2. Targetting

Setelah melakukan segmentasi pasar, langkah selanjutnya yang harus dilakukan ialah melakukan target pasar yang telah dipilih dalam kriteria segmentasi pasar yaitu usaha calon nasabah telah berjalan minimal 1 tahun dan memiliki historical pinjaman yang baik di bank/lembaga keuangan yang lain yang dapat dibuktikan melalui BI Checking atau bukti fisik berupa pembayaran lainnya minimal selama 6 bulan.

3. Positioning

Positioning adalah menetapkan posisi bersaing. Dalam melakukan positioning, BSI KC MT Haryono Semarang menetapkan perusahaannya

⁷¹ www.ojk.go.id, “PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR: 10/18/PBI/2008 TENTANG RESTRUKTURISASI PEMBIAYAAN BAGI BANK SYARIAH DAN UNIT USAHA SYARIAH”, diakses pada 14 Februari 2022, pukul 19:58 WIB

⁷² Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014).

sebagai sebuah lembaga keuangan syariah yang menyalurkan produk kepada konsumen guna menambah modal usaha.

Setelah menerapkan strategi pemasaran dengan segmentasi, targetting dan positioning, selanjutnya BSI KC MT Haryono Semarang menggunakan konsep bauran pemasaran untuk mengembangkan strategi pemasaran tersebut. Unsur bauran pemasaran yang diterapkan yaitu sebagai berikut :

a. Produk

Produk yang ditawarkan oleh BSI KC MT Haryono Semarang adalah produk pembiayaan mikro syariah (mikro iB, dan KUR mikro).

b. Harga

Harga menjadi salah satu aspek yang penting dalam kegiatan marketing. Harga dapat dikendalikan dan dapat menjadi penentu diterima atau tidaknya sebuah produk oleh konsumen. Dalam produk pembiayaan mikro syariah, BSI KC MT Haryono Semarang menawarkan beberapa pilihan yaitu Mikro iB 25, 75 dan 200, KUR Mikro 50 dan 500, dengan jangka waktu 3-60 bulan tergantung plafon pembiayaan.

c. Distribusi

Distribusi berkaitan dengan cara penyampaian produk kepada konsumen. Sebelum adanya pandemi, tim marketing BSI KC MT Haryono Semarang mendistribusikan produk pembiayaan mikro syariah dengan cara mendatangi langsung tempat-tempat yang berpotensi terdapat banyak pelaku UMKM atau melakukan jemput bola sejauh 5 km dari unit atau titik penjualan.

d. Promosi

Berikut adalah beberapa kegiatan promosi yang dilakukan oleh BSI KC MT Haryono Semarang :

- 1) Mempromosikan lewat media sosial dengan memposting poster, video, dan foto tentang produk pembiayaan mikro syariah, dan promosi melalui media cetak seperti brosur, pamflet, poster, dll.
- 2) Mempromosikan dari mulut ke mulut. Biasanya para karyawan atau nasabah menawarkan atau merekomendasikan produk-produk perbankan kepada keluarga, tetangga dan teman-teman mereka.
- 3) Terjun langsung di lapangan (mendatangi pasar, warung-warung, atau datang langsung ke rumah-rumah) untuk bertemu langsung dengan masyarakat dan menawarkan produk pembiayaan mikro kepada mereka.⁷³

B. Analisis SWOT Pembiayaan Mikro Syariah BSI KC MT Haryono Semarang

Analisis SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT adalah suatu metode atau cara yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman.⁷⁴ Analisis SWOT ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif berasal dari kesesuaian yang baik antara faktor internal dengan situasi eksternal. Kesesuaian yang baik ini lah yang kemudian akan memaksimalkan antara faktor kekuatan dengan peluang dan meminimalkan kelemahan serta ancaman.⁷⁵

Adapun analisis SWOT pada produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan BSI yaitu :

⁷³ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama Karyawan BSI KC MT Haryono Semarang, pada tanggal 19 Januari 2022 pukul 16:25 WIB

⁷⁴ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, "*Teknik Analisis SWOT*", (Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA, 2020)

⁷⁵ Pearce, John A, and Richard B. Robinson, "*Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi Dan Pengendalian*", (Jakarta: Salemba Empat, 2008)

1. Kekuatan (*Strength*)

a. Memiliki image “syariah”

Dalam hal ini produk pembiayaan mikro di BSI KC MT Haryono Semarang memiliki image syariah yang otomatis dapat membantu menarik minat banyak masyarakat terutama masyarakat muslim, walaupun tidak ada batasan bagi masyarakat. Artinya masyarakat muslim maupun non muslim dapat menggunakan fasilitas dan layanan jasa dari BSI.

b. Menjalinkan kerjasama dengan banyak instansi dan organisasi

BSI KC MT Haryono Semarang telah banyak menjalin kerjasama dengan banyak instansi dan organisasi, seperti Baznas Semarang, UIN Walisongo Semarang, Pondok Pesantren yaitu Ponpes Wasilatul Huda, Ponpes Riyadul Qur'an, Ponpes Nidaul Islam, Ponpes Darul Falah Besongo, Ponpes Al Islah, dll. Melalui kerjasama dengan berbagai instansi dan organisasi dapat dimanfaatkan oleh tim marketing untuk mempromosikan produk pembiayaan mikro kepada masyarakat sehingga produk pembiayaan mikro dapat dikenal oleh banyak orang.

c. Mendapat dukungan dari pemerintah dan ulama

Perbankan syariah mendapat dukungan penuh dari pemerintah, hal ini dibuktikan dengan dilakukannya merger tiga bank syariah yaitu BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Merger tiga bank tersebut merupakan upaya dari pemerintah untuk meningkatkan eksistensi dan menajamkan peran bank syariah di Indonesia. Dengan berdirinya BSI ini diharapkan dapat menjadi bank syariah terbesar di Indonesia. Serta mendapat dukungan dari para ulama yang dibuktikan dengan banyaknya jalinan kerja sama yang dilakukan dengan lembaga keagamaan, seperti masjid, pondok pesantren, dan baznas.

2. Kelemahan (Weakness)

- a. Banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang berubahnya identitas BRI Syariah menjadi BSI

Diakui oleh beberapa staf marketing produk pembiayaan mikro syariah, berubahnya identitas BRI Syariah menjadi BSI berpengaruh dalam kegiatan promosi produk pembiayaan mikro. Masyarakat lebih familiar dengan BRI Syariah dibandingkan dengan BSI. Banyak masyarakat belum mengetahui tentang BSI yang merupakan bank syariah baru hasil merger BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri. Tim marketing harus bekerja lebih keras lagi untuk memperkenalkan produk mikro syariah BSI dan membangun kepercayaan kepada masyarakat luas.

- b. Tidak diperuntukkan bagi semua sektor usaha

Secara umum semua produk pembiayaan pada bank syariah tidak diperuntukkan bagi semua sektor usaha. Produk pembiayaan pada bank syariah hanya membidik sektor usaha halal saja. Tidak terkecuali pada BSI KC MT Haryono Semarang, yang hanya membidik sektor usaha halal. Berbeda dengan bank konvensional yang membidik semua sektor usaha, baik halal maupun non halal. Diakui oleh Bapak Dian Bagus Pratama selaku *Account Officer Micro* bahwa salah satu kelemahan dari BSI KC MT Haryono Semarang adalah sektor yang dibidik tergolong sempit karena hanya membidik pada sektor usaha halal saja.

3. Peluang (Opportunities)

- a. Mayoritas penduduk di wilayah Semarang adalah penduduk muslim

Sampai dengan bulan Mei tahun 2021, jumlah penduduk muslim di wilayah Semarang sebanyak 1.470.442 orang. Jumlah tersebut merupakan jumlah terbanyak dibandingkan dengan jumlah penduduk non muslim yang ada di Semarang yang hanya sebanyak 215.467

orang⁷⁶. Keadaan ini tentu menjadi sebuah peluang untuk mendapatkan nasabah karena BSI KC MT Haryono Semarang merupakan bank yang menganut prinsip syariah dimana semua kegiatannya terbebas dari penyimpangan-penyimpangan, termasuk riba.

b. Lokasi BSI KC MT Haryono Semarang strategis

Lokasi BSI KC MT Haryono Semarang sangatlah strategis, yaitu berada di tengah-tengah kota dekat dengan rumah sakit, sekolah, masjid, dan pusat perbelanjaan. Lokasi yang strategis tersebut menjadi sebuah peluang karena disamping banyaknya jumlah penduduk muslim di Semarang, masyarakat dapat dengan mudah menemukan dan menjangkau tempat BSI KC MT Haryono Semarang karena lokasinya yang strategis.

4. Ancaman (Threats)

a. Banyaknya pilihan produk pembiayaan dari bank lain

Salah satu ancaman yang dihadapi oleh BSI KC MT Haryono Semarang dalam memasarkan produk pembiayaan mikro syariah adalah terdapat banyak pilihan produk pembiayaan dari bank lain yang berlomba-lomba menawarkan berbagai manfaat dan keunggulannya masing-masing.

b. Pandemi covid-19

Dampak dari pandemi covid-19 sangatlah besar bagi beberapa sektor, salah satunya adalah sektor perbankan syariah. Pandemi covid-19 memberikan dampak buruk terhadap aktivitas bisnis sehingga mempengaruhi kinerja dari keuangan perbankan. Dalam keadaan seperti ini, penyaluran pembiayaan mikro juga ikut terkena imbasnya, karena banyak sektor usaha yang terdampak pandemi covid-19 sehingga mau

⁷⁶ BPS, "Juml," 2021, semarangkota.bps.go.id.

tidak mau bank syariah harus mencari alternatif pasar baru yang tidak terkena dampak dari pandemi covid-19.

- c. Jasa pinjaman online yang menawarkan kemudahan dan proses yang sangat cepat

Bapak Dian Bagus Pratama selaku Account Officer Micro mengatakan bahwa salah satu ancaman yang dihadapi oleh produk pembiayaan mikro adalah layanan pinjaman online. Menurut ⁷⁷ salah satu layanan keuangan yang tengah berkembang pesat saat ini adalah *peer to peer* lending atau layanan pinjaman online. Layanan pinjaman online ini menghubungkan peminjam dengan pemberi pinjaman secara online tanpa harus bertemu secara tatap muka. Tercatat sepanjang tahun 2018, penyaluran pembiayaan yang dilakukan oleh perusahaan pinjaman online mencapai Rp 22 triliun yang berasal dari 99 perusahaan pinjaman online legal yang telah terdaftar di OJK. Mayoritas peminjam adalah kelompok pekerja, petani, dan usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Besarnya penyaluran pembiayaan yang dilakukan oleh perusahaan pinjaman online menunjukkan besarnya minat dan kepercayaan dari masyarakat terhadap layanan pinjaman online. Alasan masyarakat mengajukan pinjaman pada perusahaan pinjaman online yaitu rumitnya persyaratan administrasi yang harus dipenuhi saat mengajukan pinjaman di bank. Persyaratan administrasi pada pinjaman online dianggap lebih mudah dan proses pencairannya lebih cepat dibandingkan dengan bank.⁷⁸

⁷⁷ Eka Budiyanti, "Upaya Mengatasi Layanan Pinjaman Online Ilegal," *Jurnal Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI* 11 (2019): 19–20.

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama, pada 19 Januari 2022, pukul 16:25

C. Strategi Hasil Dari Analisis SWOT

Berikut ini merupakan beberapa alternatif strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang :

Tabel 4.1

Matrik SWOT

Internal Factor	<p style="text-align: center;">Strenght (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki image “syariah”. 2. Menjalin kerjasama dengan banyak lembaga dan organisasi. 3. Mendapat dukungan dari pemerintah dan ulama. 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang berubahnya identitas BRI Syariah menjadi BSI. 2. Tidak diperuntukkan bagi semua sektor usaha (hanya sektor usaha halal saja).
Eksternal Factor	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat luas, dan lembaga/organisasi 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pengetahuan dan informasi tentang BSI melalui media sosial, media cetak (brosur), dan iklan
<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mayoritas penduduk di wilayah Semarang adalah penduduk 		

<p>muslim</p> <p>2. Lokasi BSI KC MT Haryono Semarang strategis.</p>	<p>yang lain untuk menjaga citra baik perusahaan.</p> <p>2. Meningkatkan kegiatan promosi produk pembiayaan mikro syariah.</p>	<p>di papan reklame.</p> <p>2. Meningkatkan kegiatan promosi dan memperluas kerjasama untuk memperluas pangsa pasar.</p>
<p>Threats (T)</p> <p>1. Banyaknya pilihan produk pembiayaan dari bank lain.</p> <p>2. Pandemi Covid-19</p> <p>3. Jasa pinjaman online yang menawarkan kemudahan dan proses yang sangat cepat.</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kualitas layanan.</p> <p>2. Memaksimalkan proses pencairan dana pembiayaan mikro syariah.</p> <p>3. Menetapkan target pemasaran yang tepat di masa pandemi covid-19.</p> <p>4. Melakukan strategi jemput bola atau door to door dengan radius yang lebih jauh.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Memberikan pengetahuan dan informasi tentang BSI kepada masyarakat.</p> <p>2. Membuat program-program berhadiah untuk menarik minat masyarakat.</p>

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan dari hasil matrik SWOT diatas menunjukkan bahwa strategi bisnis suatu perusahaan dapat dihasilkan dan dikembangkan melalui kombinasi faktor internal dan eksternal. Berikut merupakan penjelasan mengenai hasil matrik SWOT diatas :

1. Strategi SO

Strategi SO dibuat dengan cara memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang yang ada.

- a. Menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat luas dan lembaga/organisasi yang lain untuk menjaga citra baik perusahaan.

Dengan menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat luas, dan lembaga/organisasi yang lain, dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BSI KC MT Haryono Semarang. Selain itu, BSI KC MT Haryono Semarang juga dapat memanfaatkannya untuk memasarkan produk-produknya termasuk produk pembiayaan mikro kepada masyarakat, dan lembaga/organisasi yang lain dengan cara melakukan seminar, atau menjadi sponsor, dll.

- b. Meningkatkan kegiatan promosi produk pembiayaan mikro syariah.

Promosi adalah kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk mendorong konsumen membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.⁷⁹ Meningkatkan kegiatan promosi ini merupakan pemanfaatan dari adanya peluang yaitu banyaknya penduduk muslim dan letak BSI KC MT Haryono yang berada ditengah kota sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat luas, maka BSI KC MT Haryono memanfaatkannya untuk mengoptimalkan kegiatan promosi produk pembiayaan mikro syariah.

Meningkatkan kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara melakukan pengiklanan di media cetak maupun di media sosial, seperti

⁷⁹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004).

menyebarkan brosur, booklet, poster, membuat iklan di papan reklame, membuat video promosi yang menarik di tiktok, instagram dan youtube.

2. Strategi WO

Strategi WO dibuat dengan cara memanfaatkan peluang yang ada dan meminimalkan kelemahan yang ada.

a. Memberikan pengetahuan dan informasi tentang BSI

Memberikan informasi tentang BSI harus dilakukan agar masyarakat luas mengetahui informasi mengenai berubahnya BRI Syariah menjadi BSI, serta untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan informasi dikalangan masyarakat luas. Informasi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti media sosial, media cetak (brosur), dan iklan di papan reklame.

b. Memperluas kerjasama dan meningkatkan kegiatan promosi untuk memperluas pangsa pasar di industri halal.

BSI KC MT Haryono Semarang hanya menyalurkan dana pembiayaan untuk sektor industri halal saja. Namun untuk memanfaatkan peluang berupa banyaknya masyarakat muslim di wilayah Semarang, BSI KC MT Haryono Semarang harus memperluas pangsa pasarnya. Dalam memperluas pangsa pasar di masa pandemi covid-19, BSI KC MT Haryono Semarang harus benar-benar dapat mengenali dan memahami profil bisnis apa saja yang potensial dan bisa bertahan ditengah pandemi covid-19.

Selanjutnya, BSI KC MT Haryono Semarang harus memperluas kerjasama dan meningkatkan kegiatan promosi agar dapat memaksimalkan penyaluran dananya dengan cara memberikan pembiayaan secara merata kepada usaha-usaha yang potensial dan bisa bertahan ditengah pandemi covid-19 tersebut.

3. Strategi ST

Strategi ST dibuat dengan cara memanfaatkan segala kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi ancaman.

a. Meningkatkan kualitas produk pembiayaan dan meningkatkan kualitas pelayanan

Meningkatkan kualitas produk pembiayaan dan meningkatkan kualitas pelayanan harus dilakukan oleh BSI KC MT Haryono Semarang, karena hal itu dapat menarik minat masyarakat serta membuat nasabah merasa puas dan nasabah akan loyal bahkan mampu membantu mempromosikan pembiayaan mikro syariah kepada keluarga, rekan, atau kerabat mereka. Hal ini tentu saja dapat mengurangi ancaman dari kompetitor.

Meningkatkan kualitas produk didapatkan dengan cara melihat seluruh harapan dan keinginan dari masyarakat. Rata-rata masyarakat pasti menginginkan produk pembiayaan yang tenor pembiayaannya lama, persyaratannya ringkas dan mudah, serta proses pencairan dananya cepat dan tidak bertele-tele.

b. Memaksimalkan proses pencairan dana pembiayaan mikro syariah

Untuk proses pencairan dana pembiayaan mikro di BSI KC MT Haryono Semarang tidak menentu. Bisa memerlukan waktu sekitar 2-3 hari, bisa juga sampai 7 hari, tergantung pada jumlah antrian sistem, dan jumlah plafon pembiayaan.⁸⁰ Dengan maraknya jasa pinjaman online yang menawarkan kemudahan dan kecepatan proses pencairan dana, BSI KC MT Haryono Semarang harus memaksimalkan proses pencairan dana pembiayaan mikro agar dapat tetap bersaing dengan kompetitor.

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama Karyawan BSI KC MT Haryono Semarang, pada 19 Januari 2022, pukul 16:25 WIB

c. Menetapkan target pemasaran yang tepat di masa pandemi covid-19

Di masa pandemi covid-19 BSI KC MT Haryono Semarang harus menetapkan target pasar mereka dengan tepat, yaitu dengan cara mencari calon nasabah yang potensial dan merubah kriteria pemberian dana pembiayaan hanya kepada sektor usaha halal yang tidak terkena dampak dari pandemi, seperti usaha dibidang kesehatan/ farmasi, usaha dibidang penyediaan barang (sembako), usaha produksi masker, dll. Dan tidak memilih sektor usaha yang terkena imbas dari pandemi covid-19, seperti usaha dibidang travel, dll.

d. Melakukan strategi jemput bola

Strategi pemasaran jemput bola yaitu strategi yang dilakukan dengan cara terjun langsung dilapangan atau bertemu langsung dengan masyarakat yang merupakan target pasar dari produk mikro syariah untuk melakukan promosi secara langsung dengan tujuan untuk mendapatkan nasabah. Strategi jemput bola bisa dilakukan dengan mendatangi langsung tempat-tempat yang banyak terjadi perputaran uang, seperti pasar tradisional, pertokoan, dll. Bisa juga dilakukan dengan cara memanfaatkan aplikasi google maps, untuk menemukan target yang berada disuatu daerah. Contohnya, tim marketing ingin mencari pertokoan besar atau tempat resto yang ada di daerah Pedurungan Semarang dengan mencari di google maps. Jika telah menemukan, tim marketing dapat langsung mendatangi target tersebut.

Sebelumnya, strategi jemput bola ini telah dilakukan oleh tim marketing BSI KC MT Haryono Semarang, namun hanya dalam radius

5 km saja.⁸¹ Tetapi dengan situasi yang berbeda ini, tim marketing harus meningkatkan radius dalam melakukan strategi jemput bola. Agar dapat menjangkau lebih banyak masyarakat lagi.

4. Strategi WT

Strategi WT dibuat untuk meminimalkan segala kelemahan serta menghindari ancaman yang ada.

a. Memberikan pengetahuan dan informasi tentang BSI kepada masyarakat

Memberikan informasi tentang BSI harus dilakukan agar masyarakat luas mengetahui informasi mengenai berubahnya BRI Syariah menjadi BSI, serta untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan informasi dikalangan masyarakat luas. Informasi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti media sosial, media cetak (brosur), dan iklan di papan reklame.

b. Membuat program-program berhadiah

Untuk menarik minat banyak masyarakat dapat dilakukan dengan cara membuat program-program berhadiah atau memberikan penawaran spesial. Seperti mengadakan program-program berhadiah pada hari-hari tertentu/spesial.

⁸¹ Hasil wawancara dengan Bapak Dian Bagus Pratama, karyawan BSI KC MT Haryono Semarang pada 19 Januari 2022, pukul 16:25 WIB

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebagaimana telah dipaparkan di bab sebelumnya mengenai Analisis SWOT Pembiayaan Mikro Syariah di BSI KC MT Haryono Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19, maka dapat disimpulkan :

1. Pembiayaan mikro syariah adalah segala bentuk kegiatan penyediaan dana dengan menggunakan prinsip syariah, yang disalurkan khusus untuk masyarakat yang memiliki usaha mikro, kecil dan menengah guna memenuhi kebutuhan permodalan usahanya. Pada BSI KC MT Haryono Semarang terdapat 2 pembiayaan mikro syariah, yaitu Mikro iB dan KUR Mikro. Produk pembiayaan mikro iB adalah pembiayaan berjangka pendek dengan tenor minimal 6 bulan dan maksimal 36 bulan atau bisa sampai dengan 60 bulan dengan ketentuan khusus. Produk mikro iB terbagi menjadi 3 yaitu mikro 25 iB, mikro 75 iB, dan mikro 200 iB. Sedangkan Produk pembiayaan KUR adalah produk pembiayaan yang berasal dari pemerintah yang dimasukkan ke BSI dan diakadkan dengan skema syariah. Produk pembiayaan KUR terbagi menjadi 2 yaitu KUR 50 dan KUR 500.
2. Kondisi produk pembiayaan mikro syariah BSI KC MT Haryono Semarang sebelum adanya pandemi covid-19 ini stabil dan berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang ada, penyaluran pembiayaan mikro masih dikategorikan aman dan lancar. Kemudian pada saat terjadi pandemi covid-19 di tahun 2020 penyaluran pembiayaan mikro mulai mengalami kendala, seperti mengalami penurunan pada jumlah nasabah, penurunan pada jumlah penyaluran dana, serta mengalami kendala dalam mendapatkan nasabah sesuai dengan kriteria bank. Banyak pelaku usaha yang kemudian mengalami kerugian karena berkurangnya pendapatan/keuntungan pada

bisnis mereka, bahkan banyak juga yang menutup usahanya. Ada juga yang memilih untuk tetap melanjutkan usahanya namun mengurangi jumlah produksi mereka. Hal tersebut mengakibatkan terjadi kenaikan pada jumlah pembiayaan bermasalah.

3. Dari hasil matrik SWOT yang diperoleh dari analisis SWOT, diperoleh beberapa alternatif strategi dalam pemasaran produk pembiayaan mikro syariah di masa pandemi covid-19, yaitu strategi SO : menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat luas, dan lembaga/organisasi yang lain untuk menjaga citra baik perusahaan, serta meningkatkan kegiatan promosi produk pembiayaan mikro syariah. Strategi WO : memberikan pengetahuan dan informasi tentang BSI melalui media sosial, media cetak (brosur) dan iklan di papan reklame, meningkatkan kegiatan promosi dan memperluas kerjasama untuk memperluas pangsa pasar. Strategi ST : Meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kualitas layanan, memaksimalkan proses pencairan dana pembiayaan mikro syariah, menetapkan target pemasaran yang tepat di masa pandemi covid-19, dan melakukan strategi jemput bola atau door to door. Strategi WT : memberikan pengetahuan dan informasi tentang BSI kepada masyarakat dan membuat program-program berhadiah untuk menarik minat masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Saran Bagi Peneliti

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti lebih lanjut dan dapat menambah narasumber, sehingga informasi yang didapat tidak berasal dari satu atau dua narasumber saja.

2. Saran Bagi BSI

Untuk dapat mempertahankan eksistensi dan dapat terus bersaing dengan para kompetitor, BSI KC MT Haryono Semarang harus menentukan strategi pemasaran yang tepat dengan cara memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, serta meminimalisir segala kelemahan dan ancaman yang ada. Selain itu pelayanan nasabah juga harus ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, Dindin. *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. 1st ed. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020.
- Alhusain, Achmad Sani. “Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional.” *Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 13, no. 3 (2021): 19–24.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.
- Ardiansyah, Ridha. *Analisis SWOT Terhadap Produk Asuransi Mikro Syariah Si Bijak*. Jakarta, 2017.
- Azwar, Safidin. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Betty Silfia Ayu Utami. “Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor Usaha Di Kalimantan Timur.” *Journal FEB Unmul* 17, no. 1 (2021): 1–9.
- BPS. “Juml,” 2021. semarangkota.bps.go.id.
- BSI. “Sejarah Bank Syariah Indonesia.” BSI Bank Syariah Indonesia, 2022.<https://www.bankbsi.co.id/company-information>.
- Budiyanti, Eka. “Upaya Mengatasi Layanan Pinjaman Online Ilegal.” *Jurnal Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI* 11 (2019): 19–20.
- Danupranata, Gita. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013.
- Farizy, Wilman Al. “Analisis Swot Terhadap Produk Pembiayaan Mikro Syariah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gatot Subroto Denpasar” (2018).
- Fatimah, Fajar Nur’aini Dwi. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA, 2020.
- Firmansyah, Fani, and Kotijah Fadilah Abdilah. “Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada PT. Panin Bnak Syariah, Tbk. Kantor Cabang Malang.” *Ekonomi* 10 (2014): 77–96.
- Fitriani, Lely. “ANALISIS SWOT PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH PADA

- BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS” (2017).
- Fitriyani, Linda Nur, Tati Handayani, and Lili Puspita Sari. “Analysis Of The Marketing Strategy Of Savings Products at BMT Nasuha During The Covid-19 Pandemic” 1, no. 1 (2022): 1–13.
- Indonesia, Ikatan Bankir. *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. 1st ed. Jakarta: Kencana, 2011.
- . *Perbankan Syariah*. 1st ed. Jakarta: KENCANA, 2011.
- Jajuli, Sulaeman. *Produk Pendanaan Bank Syariah*. 1st ed. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Memperoleh Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Marginingsih, Ratnawaty. “Analisis SWOT Technology Financial (FinTech) Terhadap Industri Perbankan” 19, no. 1 (2019): 57.
- Masruroh, Umi. “Analisis Awot Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara Ib (Studi Pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)” (2015): 69–74.
- Muchlis, Arif Afendi, and Shovia Firdiyanti Indah. “DETERMINASI TOTAL ASET UNIT USAHA SYARIAH DI INDONESIA TAHUN 2014-2019 Korespondensi Penulis :” *business management journal UIN Walisongo Semarang* 17 (2) (2021): 152.
- Muyassarrah. “Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara.” *Jurnal Ekonomi Managemen dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang* 1 (2019): 69–80.
- Nurnasrina, and P. Adiyes Putra. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Edited by Nurlaili. Pekanbaru: Cahaya Firdaus, 2018.
- OJK. “PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR: 10/18/PBI/2008 TENTANG RESTRUKTURISASI PEMBIAYAAN BAGI BANK SYARIAH DAN UNIT USAHA SYARIAH.” 4, 2008. ojk.go.id.

- Pearce, John A, and Richard B. Robinson. *Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi Dan Pengendalian*. Edited by Salemba Empat. Jakarta, 2008.
- Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo, 2010.
- Rukin. *Metode Penelitian Kualitatif*. 1st ed. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Sari, Elmita, Meriyati, and Havis Aravik. “ANALISIS SWOT TERHADAP PEMBIAYAAN PRODUK MULTIJASA DI PT . BPRS AL-FALAH BANYUASIN.” *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah* 1 (2021): 9.
- Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo, 2010.
- Subagyo, Ahmad, and Budi Purnomo. *Account For Commercial Microfinance*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Sugiarto, Eko. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis*. 1st ed. Yogyakarta: Suaka Media, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2008.
- Wangsawidjaja, A. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Windana, Ade Elsha Sukma. “Implementasi Dan Mekanisme Model Pembiayaan Linkage Executing PADA BRI Syariah KC Semarang” (2020): 34–37.
- Windsari, Risa. “Strategi Produk Pembiayaan Mikro 25iB BRI Syariah KC Semarang” (2018): 50–51.
- Wulandari, Yunita Sri, Reni Laelasari, and Faisal Rakhman. “Analysis of Strengths , Weaknesses , Opportunities , Threats on Multi Jasa Financing at PT BPRS Daarut Tauhid” 536, no. Iesteir 2020 (2020): 190–195.
- “QS. Al-Baqarah Ayat 275,” n.d. www.quran.kemenag.go.id.
- “QS. Al-Baqarah Ayat 280,” n.d. www.quran.kemenag.go.id.

Lampiran 1 :



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454
Semarang 50185 website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @

walisongo.ac.id

Nomor : 3902/Un.10.5/D1/PG.00.00/12/2021 17 Desember 2021
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

Kepada Yth :
Dian Bagus Pratama, selaku Micro Marketing Staff
Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : LILIS SETYAWATI
Nim : 1805036144
Semester : VII
Jurusan / Prodi : S1 Perbankan Syariah
Alamat : Bumirejo RT 01 RW 08 Karangawen Demak
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : ANALISIS SWOT PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO SYARIAH DI BSI KC MT HARYONO SEMARANG PADA MASA PANDEMI COVID 19.
Waktu Penelitian : 23 Desember - 23 Januari 2021
Lokasi Penelitian : Jl. MT. Haryono No.715, Wonodri, Kec. Semarang Sel., Kota Semarang, Jawa Tengah 50124

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,

Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang



Lampiran 2 : Tahap Wawancara



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454
Semarang 50185 website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @
walisongo.ac.id

1. Apa saja produk pembiayaan mikro syariah yang ada di BSI Mt Haryono?

Jawab : Produk pembiayaan mikro di BSI KC MT Haryono Semarang ada 2 jenis, yaitu produk mikro iB dan KUR mikro. Mikro iB merupakan produk asli yang dikeluarkan oleh BSI. Sedangkan KUR mikro merupakan produk yang dikeluarkan oleh pemerintah yang kemudian diadakan menggunakan akad syariah. Mikro iB terdiri dari 3 jenis, yaitu mikro 25 iB, mikro 75 iB dan mikro 200 iB. Kemudian KUR mikro terdiri dari 2 jenis, yaitu KUR 50 dan KUR 500. Untuk persyaratan pengajuan pembiayaan mikro iB dan KUR mikro hampir sama, yaitu mengisi formulir, membuat surat pernyataan nasabah, menyiapkan dokumen asuransi jiwa pembiayaan, fotocopy KTP, fotocopy KK, surat nikah/ surat keterangan belum menikah dari kelurahan, surat izin usaha, fotocopy NPWP, bukti historical pembayaran pinjaman minimal selama 6 bulan, pas foto 4x6 dan melakukan akad pembiayaan.

2. Akad apa yang digunakan pada produk pembiayaan mikro syariah di BSI Mt Haryono Semarang?

Jawab : Pembiayaan mikro BSI KC MT Haryono Semarang menggunakan 2 akad, yaitu akad wakalah dan murabahah.

3. Pembiayaan mikro syariah ditargetkan untuk siapa saja?

Jawab : wiraswasta pemilik usaha/pengusaha yang memiliki historical pinjaman yang baik di bank/lembaga keuangan yang lain dengan di dukung bukti melalui BI Checking dan bukti fisik berupa pembayaran lainnya minimal selama 6 bulan, dan usaha yang dijalankan minimal telah berjalan selama 1 tahun.

4. Apa saja persyaratan pengajuan pembiayaan mikro syariah di BSI MT Haryono Semarang?

Jawab : mengisi formulir, membuat surat pernyataan nasabah, menyiapkan dokumen asuransi jiwa pembiayaan, fotocopy KTP, fotocopy KK, surat nikah/ surat keterangan belum menikah dari kelurahan, surat izin usaha, fotocopy NPWP, bukti historical pembayaran pinjaman minimal selama 6 bulan, pas foto 4x6 dan melakukan akad pembiayaan. Selain itu, calon nasabah juga harus memiliki riwayat pembiayaan yang baik yang dibuktikan melalui BI Checking.

5. Berapa minimal dan maksimal usia nasabah pembiayaan mikro syariah di BSI MT Haryono Semarang?

Jawab : Syarat untuk mengajukan permohonan pembiayaan mikro adalah minimal berusia 21 tahun – maksimal 65 tahun.

6. Apa saja jenis agunan pada pembiayaan mikro syariah di BSI MT Haryono Semarang?

Jawab : Kendaraan bermotor (BPKB), tanah kosong, tanah dan bangunan dengan menyertakan sertifikat berupa SHGB dan SHM.

7. Bagaimana tahapan/mechanisme dalam proses pengajuan pembiayaan mikro syariah di BSI MT Haryono Semarang?

Jawab : calon nasabah datang langsung ke kantor BSI KC MT Haryono Semarang dan mengisi formulir pengajuan pembiayaan. Formulir aplikasi terdiri dari: nama calon nasabah, jenis kelamin, nomor KTP, alamat sesuai KTP, tempat tanggal lahir, pendidikan terakhir, status perkawinan, nama pasangan jika sudah menikah, nama ibu kandung, jumlah tanggungan, alamat dan nomor telepon tempat usaha dilengkapi dengan keterangan mengenai jenis kegiatan usaha, dan omset rata-rata perbulan. Selanjutnya formulir aplikasi yang telah diisi diserahkan kepada *Account Officer Micro* untuk di verifikasi dan dianalisis. Setelah verifikasi dokumen, *AOM* akan mendatangi tempat usaha calon nasabah guna memperoleh informasi dari calon nasabah. Setelah semua persyaratan sudah lengkap dan memenuhi kriteria, kemudian akan dikeluarkan persetujuan pembiayaan oleh pimpinan cabang.

8. Berapa lama proses proses pencairan dana pembiayaan mikro syariah di BSI MT Haryono Semarang?

Jawab : Untuk proses pencairan dana pembiayaan mikro di BSI KC MT Haryono Semarang tidak menentu. Bisa memerlukan waktu sekitar 2-3 hari, bisa juga sampai 7 hari, tergantung pada jumlah antrian sistem, dan jumlah plafon pembiayaan.

9. Apakah masih terdapat produk pembiayaan mikro tanpa agunan?

Jawab : Pembiayaan mikro tanpa agunan di BSI KC MT Haryono Semarang adalah mikro 25 iB, tetapi sekarang sudah tidak ada lagi. Mikro 25 iB sekarang harus memberikan titipan sebagai pengganti jaminannya.

10. Bagaimana kondisi pembiayaan mikro syariah di BSI sebelum dan selama pandemi covid-19 berlangsung?

Jawab : Pada tahun 2019 sebelum pandemi Covid-19 tercatat penyaluran pembiayaan mikro syariah BSI MT Haryono Semarang sebesar Rp46.670.000.000. Tim marketing pembiayaan mikro membidik banyak sektor usaha seperti usaha di bidang kesehatan, usaha di bidang makanan/minuman, usaha di bidang travel, usaha di bidang pertanian, usaha di bidang peternakan, serta usaha penyedia barang dan jasa yang lainnya yang perputaran uangnya banyak.

Kemudian pada saat terjadi pandemi Covid-19 di tahun 2020 penyaluran pembiayaan mikro mulai mengalami penurunan menjadi Rp 38.305.000.000. Banyak pelaku usaha yang mengalami kerugian karena berkurangnya pendapatan/keuntungan pada bisnis mereka, dan bahkan banyak juga yang menutup usahanya. Ada juga yang memilih untuk tetap melanjutkan usahanya namun mengurangi jumlah produksi mereka. Ditengah keadaan yang sulit itu, banyak dari mereka yang tidak ingin mengajukan permohonan pembiayaan di bank karena mereka takut jika nantinya mereka tidak bisa membayar kewajibannya dan malah membuat susah mereka. Keadaan tersebut mulai berangsur membaik di tahun 2021 dengan jumlah penyaluran pembiayaan sebesar Rp41.095.000.000, walaupun masih berada dibawah jumlah penyaluran pembiayaan pada tahun 2019.

Selain itu, pandemi Covid-19 ini juga menyebabkan kenaikan pada jumlah pembiayaan bermasalah. Karena banyak nasabah yang kesulitan untuk membayar kewajiban mereka.

11. Apa saja kekuatan yang dimiliki produk pembiayaan mikro syariah di BSI MT Haryono Semarang?

Jawab : Kekuatan yang dimiliki oleh produk pembiayaan mikro BSI KC MT Haryono Semarang adalah memiliki image “syariah”, banyak menjalin kerjasama dengan banyak lembaga dan organisasi, serta mendapat dukungan dari pemerintah dan ulama.

12. Apa saja kelemahan yang dimiliki produk pembiayaan mikro syariah di BSI MT Haryono Semarang?

Jawab : Kelemahan dari produk pembiayaan mikro syariah di BSI KC MT Haryono Semarang adalah banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang berubahnya identitas BRI Syariah menjadi BSI, dan tidak diperuntukkan bagi semua sektor usaha (hanya sektor usaha halal saja).

13. Apa saja peluang yang dimiliki produk pembiayaan mikro syariah sebelum pandemi covid-19?

Jawab : Mayoritas penduduk di wilayah Semarang adalah penduduk muslim dan lokasi BSI KC MT Haryono Semarang sangat strategis.

14. Adakah peluang yang dimiliki produk pembiayaan mikro syariah saat masa pandemi covid-19?

Jawab : Selama masa pandemi ini, masih terdapat beberapa peluang, walaupun banyak sektor usaha yang terkena dampak dari pandemi tetapi masih terdapat beberapa sektor-sektor usaha yang masih terus berjalan dan bahkan mengalami kenaikan pada tingkat penjualannya, yaitu usaha di bidang kesehatan atau farmasi. Sektor usaha tersebut kemudia bisa menjadi suatu peluang yang harus dimanfaatkan oleh tim penjualan produk pembiayaan mikro BSI KC MT Haryono Semarang.

15. Apa saja ancaman pada produk pembiayaan mikro syariah di BSI MT Haryono

Semarang?

Jawab : Banyaknya pilihan produk pembiayaan dari bank lain, pandemi Covid-19, jasa pinjaman online yang menawarkan kemudahan dan proses yang sangat cepat.

16. Apakah terjadi penurunan jumlah nasabah pada pembiayaan mikro syariah selama pandemi Covid-19?

Jawab : Pada masa pandemi Covid-19 terjadi penurunan jumlah nasabah dan jumlah penyaluran dana pada produk pembiayaan mikro syariah. Dan hampir semua produk pembiayaan mengalami penurunan jumlah nasabah juga. Pada tahun 2019 sebelum pandemi Covid-19 tercatat penyaluran pembiayaan mikro syariah BSI MT Haryono Semarang sebesar Rp46.670.000.000. Kemudian pada saat terjadi pandemi Covid-19 di tahun 2020 penyaluran pembiayaan mikro mulai mengalami penurunan menjadi Rp 38.305.000.000. Keadaan tersebut mulai berangsur membaik di tahun 2021 dengan jumlah penyaluran pembiayaan sebesar Rp41.095.000.000.

17. Apakah terjadi kenaikan jumlah pembiayaan bermasalah pada pembiayaan mikro syariah selama pandemi covid-19?

Jawab : Pada masa pandemi ini sudah pasti pembiayaan bermasalah akan meningkat. Tetapi nasabah dengan kasus pembiayaan bermasalah tersebut dapat mengajukan restrukturisasi untuk menyelesaikan sisa pembiayaannya. Sampai tahun 2021 ini sudah ada kurang lebih 900 nasabah yang mengajukan restrukturisasi pembiayaan. Nasabah yang mengajukan restrukturisasi tersebut terdiri dari nasabah baru dan nasabah lama yang masih memiliki kewajiban membayar angsuran pembiayaan. Nasabah yang dapat mengajukan restrukturisasi tentunya hanya nasabah yang benar-benar mengalami kerugian atas dampak pandemi covid-19 atau nasabah dengan kualitas kurang lancar/macet.

18. Strategi apa yang digunakan untuk mendapatkan nasabah di masa pandemi covid-19?

Jawab : Strategi pemasaran yang kita lakukan selama ini adalah :

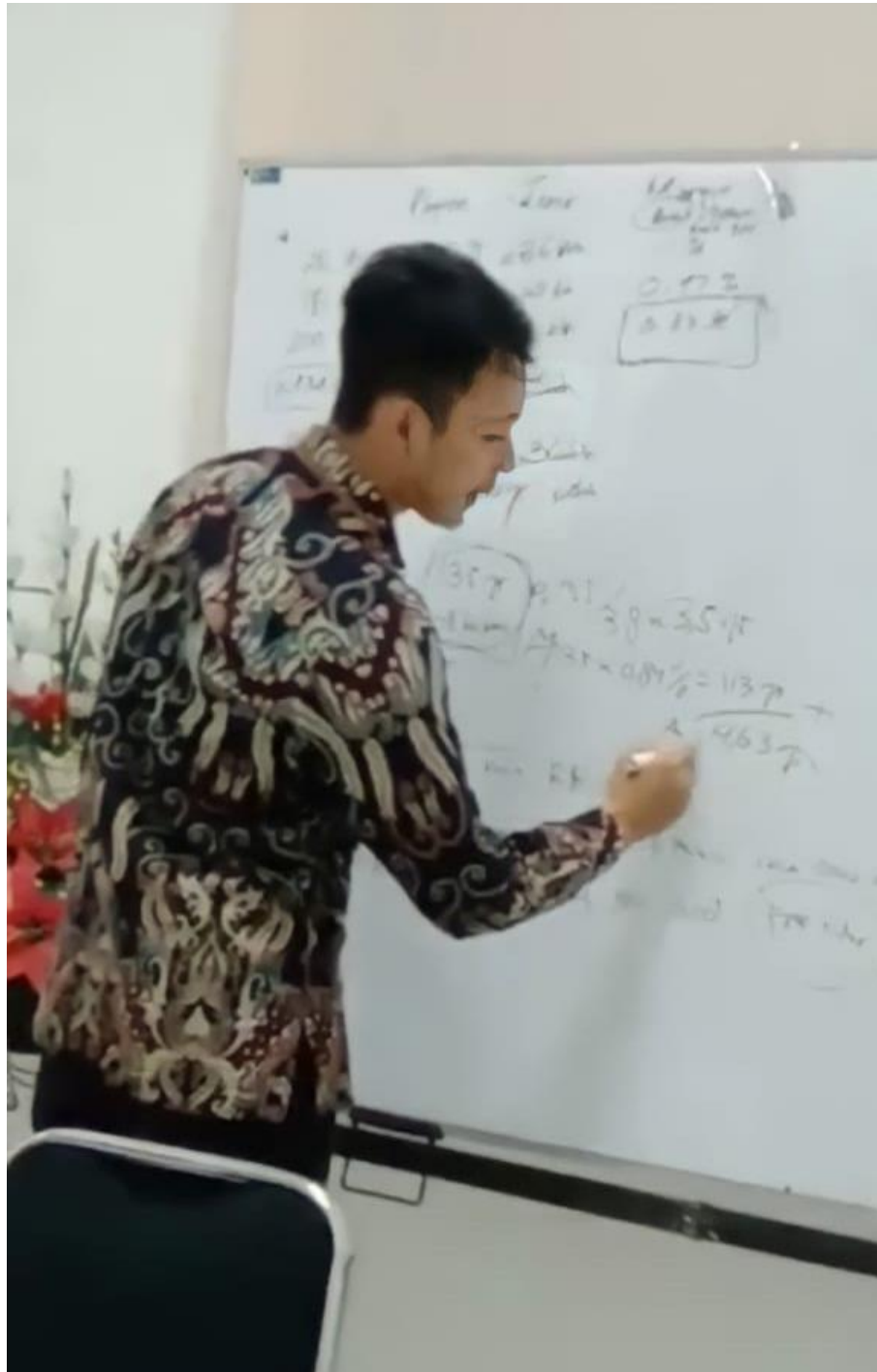
- a. Mempromosikan lewat media sosial dengan memposting poster, video, dan foto tentang produk pembiayaan mikro syariah, dan promosi melalui media cetak seperti brosur, pamflet, poster, dll.
- b. Mempromosikan dari mulut ke mulut. Biasanya para karyawan atau nasabah menawarkan atau merekomendasikan produk-produk perbankan kepada keluarga, tetangga dan teman-teman mereka.
- c. Terjun langsung di lapangan (mendatangi pasar, warung-warung, atau datang langsung ke rumah-rumah) untuk bertemu langsung dengan masyarakat dan menawarkan produk pembiayaan mikro kepada mereka.

Lampiran 2 :

DOKUMENTASI KEGIATAN WAWANCARA







KUR MIKRO



POKOK PEMBIAYAAN	JANGKAWAKTU				
	12	24	36	48	60
25.000.000	2.151.661	1.108.015	760.549		
35.000.000	3.012.325	1.551.221	1.064.768		
50.000.000	4.303.322	2.216.031	1.521.097		
75.000.000	6.454.982	3.324.046	2.281.645	1.761.377	1.449.960
90.000.000	7.745.979	3.988.855	2.737.974	2.113.653	1.739.952
100.000.000	8.606.643	4.432.061	3.042.194	2.348.503	1.933.280
120.000.000	10.327.972	5.318.473	3.650.632	2.818.203	2.319.936
150.000.000	12.909.964	6.648.092	4.563.291	3.522.754	2.899.920
175.000.000	15.061.625	7.756.107	5.323.839	4.109.880	3.383.240
200.000.000	17.213.286	8.864.122	6.084.387	4.697.006	3.866.560
250.000.000	21.516.608	11.080.153	7.605.485	5.871.258	4.833.201
300.000.000	25.819.929	13.296.184	9.126.582	7.045.509	5.799.841
350.000.000	30.123.251	15.512.214	10.647.679	8.219.761	6.766.481
400.000.000	34.426.572	17.728.245	12.168.775	9.394.012	7.733.121
500.000.000	43.033.215	22.160.306	15.210.969	11.742.515	9.666.401

PT. BANK SYARIAH INDONESIA
 MT HARYONO SEMARANG
 JL. MT HARYONO NO.655
 MT HARYONO SEMARANG

*** Kredit Investasi**

- Investasi pembelian Rumah
- Investasi pembelian Tanah
- Investasi pembelian Armada

*** Kredit Modal Kerja/Usaha**

Persyaratan Kredit :

1. FC KTP Suami & Istri
2. FC KK
3. FC SURAT NIKAH
4. FC SHM/SHGB & BPKB
5. FC NPWP
6. FC SIUP / IUMK / SKU
 (Surat Keterangan Usaha)

TELP / WA : DIAN BAGUS PRATAMA 082136670848

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Lilis Setyawati
Tempat, Tanggal Lahir : Demak, 07 Desember 1999
NIM : 1805036144
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Desa Bumirejo 01/08, Kec.Karangawen,
Kab.Demak, Jawa Tengah.
Telepon : 08975465090
Email : setyawatililis9@gmail.com

Pendidikan

1. SDN 05 Karangawen, tahun 2007-2012
2. SMPN 01 Karangawen, tahun 2012-2015
3. SMAS Futuhiyyah, tahun 2015-2018
4. UIN Walisongo Semarang, tahun 2018-2022

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 17 Juni 2022



Lilis Setyawati