TASHARRUF
JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS

Tasharruf : Journal of Islamic Economics and Business | Page : 01 - 17
Vol. 01 No. 01 Mei 2020 | e-ISSN/p-ISSN :XXXX-XXXX/XXXX-XXX

Strategi Penyaluran Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Bank Syariah Mandiri (Studi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan)

Rachmad Nor Firman[1], Ismatul Azizah[2]

[1] Sekolah Tinggi Agama Islam Salahuddin Pasuruan, Indonesia
[1]Email : rachmadfirman2@gmail.com
[2]Sekolah Tinggi Agama Islam Salahuddin Pasuruan, Indonesia
[2]Email : andinisma13@gmail.com

Submit : **20/02/2020** | Review : **07/03/2020** s.d **27/04/2020** | Publish : **09/05/2020**

Abstract
This study aims to determine the financing distribution strategy for micro, small and medium enterprises (MSMEs) at Bank Mandiri Syariah Pasuruan Branch Office. The research method used is descriptive qualitative analysis research method with technical data analysis used is phenomenological analysis. The results of the study resulted in several conclusions, namely first, in the distribution of MSME financing, Bank Syariah Mandiri divided into several segments, namely the fixed income group customer segment, business customer segment, community segment and regional segment. Second, the strategies implemented in the distribution of MSME financing are market penetration strategies or marketing, product manual strategies, strategies for cooperating with agencies, walk-in and existing customer strategies and promotion strategies. Then there are several obstacles from the distribution of MSME financing

***Keyword** : Strategy, Financing Distribution*

Pendahuluan

Diterbitkannya Undang – Undang No 10 Tahun 1998 yang mengatur tentang bank syariah kemudian mulailah diberlakukannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang telah mendapatkan kesempatan besar dalam melaksanakan kegiatan usaha. (Maryanto & Sukma, 2016:244).

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 31/POJK.05/2014 Tentang Penyelenggaraan Usaha Pembiayaan Syariah menjelaskan bahwa pembiayaan yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah wajib memenuhi prinsip keadilan, kesimbangan, kemaslahatan, *universalisme*, dan tidak mengandung

unsur *maysir, gharar, riba* dan objek yang haram. (POJK, Nomor 31/POJK.05/2014:2-8) Pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah kepada masyarakat telah mengalami perkembangan baik secara total maupun menurut jenis penggunaan. Pembiayaan tersebut terdiri dari tiga kelopok yaitu modal kerja, investasi, dan konsumsi. BUS dan UUS telah menyalurkan pembiayaan modal kerja yang mencapai 46,7% pada tahun 2010, namun pangsa pasar pada pembiayaan investasi hanya sekitar 20% lebih kecil dari pembiayaan modal kerja yang mencapai 47% pada tahun 2010. Lalu porsi pembiayaan konsumsi lebih kecil dari pembiayaan modal kerja dan lebih besar dibandingkan dengan pembiayaan innvestasi. (Soekarni, 2014:71).

Sektor Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari keseluruhan pelaku usaha di Indonesia yaitu sebanyak 56,54 juta unit. (Lembaga Perkembangan Perbankan Indonesia, 2015:5) Sektor UMKM pun telah mempekerjakan 89% angkatan kerja sektor swasta, dan berkontribusi 57% Pada PDB. (*International Finance Corporation*, 2016:1)Terdapat berbagai macam masalah dalam pengembangan usaha tersebut, antara lain faktor internal seperti keterbatasan modal, sumber daya manusia, akuntabilitas, hukum. Sedangkan faktor eksternal terdapat masalah atau hambatan seperti iklim usaha, infrastruktur, dan akses (LPPI dan BI, 2015 : 18)

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia Nomor 14/22/PBI/2012 Tentang pemberian kredit atau Pembiayaan Kredit atau Pembiayaan oleh Bank Umum dan Bantuan Teknis Dalam rangka pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa jumlah kredit atau pembiayaan UMKM ditetapkan paling rendah 20% yang dihitung berdasarkan rasio kredit atau pembiayaan UMKM terhadap total kredit atau pembiayaan (PBI, 2012:7). Salah satu bank syariah yang menyalurkan pembiayaan UMKM melebihi angka penyaluran sebesar 20% yaitu Bank Syariah Mandiri. Melihat dari Annual Report Bank Syariah Mandiri Pada Tahun 2017 memaparkan bahwa dalam kontribusi membangun ekonomi negeri dan mengalirkan berkah bagi ditunjukkan dengan keberpihakan pada pembiayaan UMKM. Karena pada tahun

2017 pembiayaan UMKM terdiri dari segmen kecil dan Mikro memiliki portofolio sebesar 21,77% (diatas ketentuan pembiayaan UMKM OJK) yang demikian persentase tersebut melebihi dari ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/22/PBI/2012 yang ditetapkan paling rendah 20%. (Laporan Tahunan BSM, 2017:2).(TIARA DINI ARIFAH, 2017)

METODE

Strategi merupakan proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disetai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut tercapai.(Wibowo, dkk, 2015:60). Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, merupakan tindakan yang potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar dengan begitu strategi dapat mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang. (Rojak, 2017:22). Uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, diterapkan aksi dan alokasi daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Jadi, strategi merupakan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan dalam jangka waktu tertentu.

TAHAPAN STRATEGI

Beberapa tahapan dalam proses strategi, secara garis besar strategi menurut (Basri, 2005:3 dalam Aipah, 2013:15) :

a. Formulasi/Perumusan Strategi

   Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan dilakukan. Yaitu perumusan mencangkup analisis lingkungan intern dan ekstern, penetapan visi, misi dan tujuan, strategi dan kebijakan

b. Implementasi Strategi

   Tahapan ini mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategi dapat dilaksanakan

c. Pengendalian Strategi

Tahapan akhir adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya, evaluasi akan menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

Strategi Penyaluran Pembiayaan

Strategi penyaluran pembiayaan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan menyalurkan pembiayaan yang ada diperbankan. Inovasi dam kreativitas menjadi salah satu kunci dalam strategi. Hal yang perlu dilakukan adalah mengeksplor terhadap kebutuhan pasar dan berupaya memenuhi kebutuhan tersebut (Arifah, 2017;8)

Pembiayaan

Menurut Undang Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 menyebutkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan/atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang di biayai dan/ atau diberi fasilitas dan untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujrah, tanpa imbalan, dan atau bagi hasil (UU, No.21, 2018).

Berdasarkan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No. 06/per/M.KUKM/2007 tentang petunjuk teknis program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro pola syariah bahwa pembiayaan adalah kegiatan penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama permodalan antara koperasi dan anggota, calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya yang mewajibkan penerimaan pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada pihak koperasi sesuai akad dengan pembayaran sejumlah bagian hasil dari pendapatan atau laba dari kegiatan yang dibiayai aatau penggunaan dana pembiayaan tersebut.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha mikro merupakan usaha yang dikelola oleh individu, keluarga atau beberapa orang yang belum memiliki izin usaha secara lengkap pada usahanya. (Alim, 2009 : 14) Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan yang sudah memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam undang undang.

Usaha kecil yang benar benar kecil dan mikro dapat dikelompokkan atas pengertian :1. Usaha Kecil Mandiri tanpa menggunakan tenaga kerja lain: 2. Usaha kecil yang menggunakan tenaga kerja anggota keluarga sendiri, dan 3. Usaha kecil yang memiliki tenaga kerja upahan yang tetap (Hubeis, 2009:18)

Menurut Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah menyebutkan bahwa usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaaan bersih tahunan sebagaimana diatur dalam undang undang.(Trimulato, 2017)

Kriteria UMKM

Berikut merupakan kriteria besaran asset pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

1. Usaha Mikro (Asset Max 50 jt dan Omzet Max 300 jt)

2. Usaha Kecil (Asset >50 jt – 500 jt dan Omzet >300 jt s/d 2,5 M)

3. Usaha Menengah (Asset >500 jt s/d 10 M dan Omzet >2,5 – 50 M)

Sumber : Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Permasalahan UMKM

Faktor internal dan Faktor eksternal permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro, kecil dan menengah menurut (Wawan dalam Chamidun, 2015:29-37), meliputi : Permasalahan pada faktor internal yang ada di UMKM itu sendiri

diantaranya : 1. Kurangnya permodalan dan terbatasnya akses pembiayaan permodalan, 2. Kualitas Sumber Daya Manusia, 3. Lemah nya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi pasar, 4. Mentalitas Pengusaha UMKM, 5. Kurangnya Transparansi. Dan Permasalahan pada faktor eksternal yang ada di UMKM itu sendiri diantaranya :1. Iklan Usaha Belum Sepenuhnya kondusif, 2. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha, 3. Pungutan liar, 4. Sifat Produk dengan Ketahanan Pendek, 5. Terbatasnya Akses Pasar

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang artinya menggambarkan suatu objek dengan penelitian. (Trimulato, 2017:7) Analisis deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan terhadap data yang dikumpulkan, kemudian disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis Metode penelitian yang digunakan adalah fenomenologi transendental. Peneliti akan melakukan penelitian dengan menganalisis fenomena atau kejadian yang bersifat subjektif

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang bersumber dari data primer dan data sekunder (*IKNB*, n.d.)

1. Data Primer

   Merupakan data pokok yang menjadi sumber dalam penelitian. Data primer dalam penelitian ini di dapatkan dari hasil wawancara dan observasi dengan area Micro Cabang BSM

2. Data Sekunder

   Merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Peneliti) data yang diambil peneliti sebagai pendukung atas penelitian secara ilmiah yaitu dengan melakukan studi pustaka

Teknik Pengumpulan Data

Jenis penelitian ini merupakan field research, maka teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode (Triyani, 2016 : 8-9) :

1. Observasi

   Peneliti melakukan langsung di lokasi Bank Syariah Mandiri Area Pasuruan. Observasi merupakan pengumpulan data dengan bentuk kegiatan mengamati gejala, fenomena dan fakta empiris terkait masalah yang diteliti. Melakukan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala gejala yang diteliti. Peneliti hanya mengamati dan menanyakan bagaimana proses tata cara strategi penyaluran pembiayaan UMKM di Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan

2. Wawancara

   Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Peneliti melakukan wawancara langsung untuk menggali data penelitian dengan responden yang mengarah pada maslah penelitian.

3. Dokumentasi

   Teknik Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penelitian. Seperti brosur, buku buku yang berhubungan dengan objek yang diteliti, kumpulan catatan dari peristiwa yang telah berlalu dari bentuk tulisan atau gambar file dan dokumen lapangan.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan dengan data, memilah milahnya menjadi satuan yang dikelola, mencari dan menemukan pola , penemuan penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada khalayak (Triyani, 2016:8-9-9)

Teknik Analisis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi transendetal. Fenomenologi merupakan salah satu jenis

penelitian kualitatif, dimana peneliti melakukan pengumpulan data dengan observasi partisipan untuk mengetahui fenomena esensial partisipan untuk mengetahui fenomena esensial partisipan dalam pengalaman hidupnya (*Anas Alhifni - Google Cendekia*, n.d.)

Result/Hasil

Segmen Penyaluran Pembiayaan UMKM

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan merupakan lembaga keuangan syariah di Pasuruan yang penggunaannya bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja dan penekan tingkat kemiskinan, namun dapat berfungsi sebagai wadah untuk memasarkan usaha yang sudah ada atau yang sedang berjalan (Usmiah & Alhifni, 2017:373) Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan hadir sebagai alternatif dalam penyaluran pembiayaan, karena memang Bank Syariah Mandiri termasuk bank syariah terbesar di Indonesia yang hadir dalam memberikan pembiayaan pada nasabah UMKM.

Segmentasi merupakan proses membagi pasar keseluruhan suatu produk atau jasa ke dalam beberapa segmen, dengan melakukan segmentasi maka akan lebih terarah

dengan efektif sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. (Rosifa, 2015:50) Beberapa segmen penyaluran pembiayaan yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan :

1. Segmentasi Nasabah Golongan Berpenghasilan Tetap (Golbertap)

   Segmen nasabah gobertap ini merupakan nasabah yang penghasilannnya berasal dari gaji seperti karyawan dan lain lain. Yang menjadi nasabah golongan berpenghasilan tetap ini biasanya mempunyai penghasilan tetap setiap bulannya

2. Segmentasi Nasabah Usaha

   Merupakan nasabah yang memang mempunyai usaha sendiri atau usaha mandiri dengan penghasilan yang berasal dari usaha yang dijalankan oleh

nasabah itu sendiri. Contoh usaha seperti pedagang sembako, warung kelontong, kos kosan, bengkel dan lain lain.

3. Segmentasi Komunitas

   Pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada kumpulan orang dalam satu komunitas yang dibiayai oleh bank kemudian ditanggung bersama sama atau tanggung renteng dengan anggotanya untuk membayar kewajiban angsuran. Hal tersebut terjadi karena adanya kesamaan minat dan kesamaan wilayah kerja dengan bank

4. Segmentasi Wilayah

   Segmen wilayah dapat menjangkau wilayah disekitaran kota dan Kabupaten Pasuruan, terdapat ke khasan tersendiri dari setiap wilayah tertentu, misalnya di kota Pasuruan banyak usaha dibidang makanan, kos kosan sedangkan diwilayah kabupaten Pasuruan seperti warung kelontong, warung sembako dan lain lain.

Target Market Penyaluran Pembiayaan UMKM

Selain menentukan segmen penyaluran pembiayaan tentunya setiap bank mempunyai target nasabah tersendiri dalam menyalurkan pembiayaan, Berikut target market Bank Syariah Mandiri antara lain :

1. Nasabah Aliansi *Existing*

   Nasabah Aliansi *Existing* merupakan nasabah kerja sama yang sudah bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan, yang bertujuan untuk menjalankan kerjasama dalam hal pembiayaan. Yang ditawarkan oleh *marketing* adalah menawarkan kembali kepada nasabah yang sudah mengajukan pembiayaan dan mempunyai *track record* yang baik. Biasanya yang sudah aliansi ini pembiayaan dan *payroll* melalui BSM

2. Perusahaan atau Sekolah di wilayah kantor Perusahaan dan sekolah menjadi target Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan karena terdapat banyak perusahaan dan sekolah yang ada disekitaran kantor BSM.
3. Komunitas dan Nasabah *Payroll*

Komunitas menjadi target bank karena dapat memberikan pembiayaan yang kewajiban pembayaran angsuran dapat ditanggung bersama oleh anggota komunitas tersebut. Sedangkan pada Nasabah *payroll*, bank memberikan kemudahan untuk nasabah payroll Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan untuk dapat mengajukan pembiayaan tentunya dengan syarat syarat tertentu.

4. Pegawai Kontrak

   Target selanjutnya yaitu pegawai kontrak karena pegawai kontrak termasuk pada nasabah Golbertap yang mempunyai penghasilan dari gaji setiap bulannya. Apabila ingin mengajukan pembiayaan UMKM tentunya dengan syarat dan ketentuan yang berlaku di bank tersebut

5. Nasabah *Existing* Lancar

   Nasabah *Existing* lancar merupakan nasabah yang track recordnya baik di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan. Sebagai nasabah lancar baik dalam hal pembayaran pembiayaan maupun yang lainnya. Sehingga menjadi kemudahan untuk nasabah apabila akan memperpanjang pembiayaan yang dibutuhkan oleh nasabah

Strategi Penyaluran Pembiayaan UMKM di Bank Syariah Mandiri Berdasarkan Segmentasi

Dalam penyaluran pembiayaan UMKM tentunya perlu dilakukan beberapa rencana melalui perusan beberapa segemen, kemudian merancang mhal hal yang perlu ditargetkan sehingga strategi dapat dilakukan dengan baik.

Berikut strategi penyaluran pembiayaan UMKM yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan :

1. Strategi Penetrasi Pasar atau melakukan Pemasaran

   Strategi untuk meningkatkan penjualan produk pembiayaan mikro yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan. Strategi tersebut akan lebih mudah apabila bekerja sama dengan PD Pasar, karena apabila bermain perorangan akan sulit BSM menagih angsuran apabila terjadi kemacetan, beda halnya apabila bekerjasama dengan PD Pasarnya

2. Strategi *Mannual* Produk

   Mannual Produk atau memperbaiki aturan atau panduan sehingga tidak melewati aturan yang telah dietntukan dan mengamankan asset BSM
3. Strategi Bekerjasama dengan Instansi Melakukan kerjasama dengan instansi, yaitu dengan beberapa perusahaan untuk memberikan pembiayaan kepada karyawan karyawan yang tidak bisa di accept oleh bank lain. Sehingga BSM menjadi alternatif untuk calon nasabah. Jadi Bank Syariah Mandiri melakukan penetrasi pasar di instansi
4. Strategi Nasabah *Walk In* dan Nasabah *Existing*

   Walk in, artinya nasabah sendiri yang mendatangi kantor Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan.yang mendapatkan informasi atau berbekal

   informasi terkait dengan pembiayaan melalui simpan brosur yang ada di ATM, malalui teman teman atau saudara yang memang sudah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan. Strategi nasabah existing merupakan nasabah yang memang sudah menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan.Nasabah yang belum pernah mengajukan pembiayaan UMKM maupun yang sudah pernah melakukan pembiayaan UMKM
5. Strategi Promosi

   Upaya yang dilakukan yaitu melakukan strategi “grebeg pasar” yang dilakukan di pasar kemudian mendirikan stand dan memasang banner. Marketing yang bertugas untuk membagikan brosur kepada para pedagang dan menjelaskan terkait pembiayaan yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan.

Implementasi Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menyalurkan Pembiayaan UMKM

Pencapaian Target Penyaluran pembiayaan berdasarkan segmentasi tentunya setiap bank mempunyai rencana untuk menacapai target dalam penyaluran pembiayaan sehingga dapat mengoptimalkan penyaluran pembiayaan yang ada.

Berikut target penyaluran pembiayaan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan :

a. Sinergi 3 Pilar

   Setiap tim dalam proses pencairan pembiayaan dilakukan dengan sebaik mungkin dan melakukan filter terlebih dahulu oleh setiap tim

b. Bedah ketentuan Mikro secara Rutin Bank perlu melakukan pembedahan ketentuan mikro yang sudah ada, ketentuan ketentuan yang sudah ada tersebut perlu ada pembaharuan untuk menghasilkan rencana penyaluran pembiayaan mikro yang kebaharuan dan dapat menyesuaikan keadaan yang ada

c. Melakukan *Coaching* secara rutin terhadap *marketing* yang bermasalah melakukan pembinaan pada setiap marketing perlu dilakukan, karena bertujuan untuk lebih dekat antara pimpinan dengan marketing lapangan

Evaluasi Implementasi Strategi Bank Syariah Mandiri dalam Menyalurkan Pembiayaan Kepada UMKM

1. Kendala kendala dalam Penyaluran pembiayaan UMKM di BSM

   Setiap lembaga keuangan atau lembaga lainnya tentu memiliki kendala tersendiri dalam menjalankan rencana rencana yang sedang ada. Berikut kendala Bank Syariah Mandiri dalam menyalurkan pembiayaan UMKM :

a. Kendala Internal

   Pertama, kendala dari nasabah yang tidak melengkapkan persyaratan atau menunda nunda sehingga pencairan akan semakin lama. Kedua, peraturan atau kebijakan BSM yang kurang fleksibel, disesuaikan dengan kondisi wilayah masing masing. Ketiga, BSM membutuhkan data valid mengenai banyaknya jumlah UMKM yang perlu di biayai

b. Kendala Eksternal

Pertama, kendala yang ada lebih banyak pada kondisi ekternal di Indonesia mseperti kondisi ekonomi, kondisi politik, dan kondisi sosial. Kedua, terkait dengan persaingan tingkat margin atau pada bank konvensional ditingkat suku bunga.

2. Alternatif solusi atas kendala kendala dalam penyaluran pembiayaan UMKM

a. Analisis SWOT atas implementasi Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan dalam menyalurkan pembiayaan UMKM

Dalam menjalankan strategi dibutuhkan analisis data yang dapat menilai peluang atau ancaman yang mungkin datang. (Irawati & Malina 2016:40) maka dari itu analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis yang digunakan sebagai alat evaluasi ketentuan, kelemahan, peluang dan ancaman. Proses ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi atau melihat kondisi eksternal dalam mencapai suatu tujuan. (Agustyana, 2018:78)

Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan yang dimiliki. Matrik SWOT sebagai alat pencocokan yang mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO, WO, ST dan WT (Hidayati, 2018:29).

Analisis SWOT terhadap strategi penyaluran pembiayaan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pasuruan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Strength

Kekuatan atau strength merupakan keunggulan yang berhubungan dengan keberlangsungan sebuah organisasi. Kekuatan dari strategiini yaitu sudah banyak masyarakat yang mengetahui adanya Bank Syariah Mandiri, masyarakat sudah mengetahui tidak hanya bank konvensional lain ataupun bank syariah yang lain yang dalam pelaksanaannya dapat menyalurkan pembiayaan UMKM pada masyarakat. Terlebih lagi bank Syariah Mandiri melakukan operasionalnya menggunakan sistem syariah yang sesuai dengan aturan aturan syariah dan berada pada lingkungan berdominasi muslim. Sehingga Bank Syariah Mandiri menjadi alternatifmasyarakat

dalam memanfaatkan produk yang ada di bank syariah mandiri terutama dalam penyaluran pembiayaannya

Proses pembiayaan yang cepat dan mempermudah nasabah dalam mengajukan UMKM menjadi kekuatan tersendiri untuk BSM. Proses kecepatan realisasi pembiayaan pun perlu di dukung dengan persyaratan – persyaratan yang telah ditentukan oleh BSM yang disediakan dengan lengkap dan benar.

Plafon pembiayaan mencapai Rp. 200 juta menjadi kekuatan BSM dalam menyalurkan pembiayaan UMKM. Dengan begitu baik nasabah pegawai tetap dapat memanfaatkan pembiayaan UMKM sesuai dengan kebutuhan nasabah itu sendiri. Tentunya untuk pemberian biaya plafon yang diberikan kepada masyarakat perlu dilihat dengan berbagai analisis yang diperlukan kepada nasabah sehingga biaya plafon diberikan sesuai sebagai mana mestinya dan sesuai kesanggupan nasabah

Proses pengajuan pembiayaan tidak menyulitkan nasabah menjadi kekuatan untuk BSM. Karena nasabah berhak mengajukan jaminan apa saja yang dimiliki oleh nasabah. Karena jaminan sebagai second layout, jaminan di BSM utamanya adalah dana yang kita butuhkan itu adalah sebagai asset atau jaminan utama. Contoh misalnya nasabah mengajukan pembiayaan untuk membiayai rumah berarti rumah sebagai utamnya, sedangkan anggunan yang lainnya digunakan sebagai jalan lain kemudian nasabah bisa memberikan berupa jaminan rumah, jaminan kendaraan bermotor dalam bentuk sertifikat.

Mempunyai jaringan luas untuk bekerja sama dengan instansi lain menjadi kekuatan BSM. Hal ini bermanfaat apabila BSM sudah bekerjasama dengan pasar, dan ada nasabah perorangan yang akan menjalankan usaha tentunya menggunakan pembiayaan UMKM kemudian belum mempunyai target pasar untuk menjual produknya, pasar untuk menjual produknya, nasabah tersebut. Sehingga dengan banyaknya atau luasnya jaringan dapat memudahkan kerjasama dan menguntungkan untuk berbagai pihak.

Peluang lainnya selain mengajukan pembiayaan UMKM, banyak nasabah yang membutuhkan pembiayaan untuk biaya pendidikan sekolah atau kuliah, pembiayaan konsumer, biaya umrah atau haji dan lain lain sehingga BSM dapat

menjangkau nasabah dengan tingkat kebutuhan sesuai dengan yang di inginkan oleh nasabah.

Banyaknya sekolah, perusahaan yang berada disekitar wilayah kantor menjadi peluang untuk BSM agar dijadikan sebagai bentuk kerjasama anatar isntansi tersebut dengan BSM. Serta peluang dengan banyaknya komunitas untuk dijadikan sebagai bentuk kerjasama pula. Selanjutnya peluang dari nasabah payroll BSM yang ingin mengajukan pembiayaan UMKM di BSM.

2. *Threat*

Ancaman atau threat merupakan proses analisis lingkungan eksternal perusahaan untuk membantu mengatahui tantangan yang akan dihadapi adapun ancaman yang dihadapi BSM dalam strategi penyaluran pembiayaan ialah penggunaan dana tidak sesuai dengan akad atau isi perjanjian pada saat pengajuan pembiayaan ialah penggunaan dana tidak sesuai dengan akad atau isi perjanjian pada saat pengajuan pembiayaan, maka perlu dilakukan analisis yang mendalam sebelum pembiayaan disalurkan kepada nasabah tersebut. Kemudian ancaman selanjutnya ialah tunggakan piutang yaitu kewajiban ansuran nasabah yang bermasalah dapat menjadi ancaman untuk BSM dengan berpotensi pada Asset BSM sehingga melebihi NPF bank tersebut. Kemudian persaingan dengan bank bank pemerintah atau bank syariah lainnya.

Analisis SWOT untuk Strategi SO

Setelah mengetahui kekuatan yang dimiliki BSM maka dengan strategi SO menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan sebuah peluang. Strategi SO yang dapat dilakukan adalah melakukan pemasaran melakukan penetrasi pasar, mannual produk atau memperbaiki aturan dan mengamankan Asset BSM, melakukan kerjasama dengan instansi, bekerjasama dengan PD Pasar, melakukan Grebek Pasar, nasabah *walkin* atau *nasabah existing*, sinergi 3 pilar untuk komitmen dalam percepatan proses.

Analisis SWOT untuk Strategi WO

Berdasarkan kelemahan dan peluang yang ada maka dalam strategi WO dilakukan pemanfaatan peluang untuk meminimalisisr kelemahan dengan memberi arahan proses mikro agar memeiliki kesepahaman, mengeluarkan produk pembiayaan yang ramah yang mudah dijual di pasar, program pelatihan kompetensi *marketing*, pendampingan penetrasi ke instansi

Analisis SWOT Untuk Strategi ST

Kekuatan dan Ancaman BSM menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada dengan menjalankan atau menerapkan analisis 5C, monitoring secara berkala kepada nasabah pembiayaan mikro

Analisis SWOT untuk Strategi WO

Pada kelemahan dan Ancaman BSM, perlu di minimalisir kelemahan internal untuk menghindari ancaman yang muncul dengan mengadakan pertemuan dengan nasabah pembiayaan atau monitoring, melakukan analisis pembiayaan sesuai pedoman atau prosedur yang ada di BSM, menerapkan prinsip kehati hatian (*predential principle*)

Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai strategi penyaluran pembiayaan UMKM di Bank Syariah Mandiri, maka kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi Penyaluran pembiayaan UMKM

   Besaran pembiayaan UMKM yang disalurkan oleh BSM dalam segmen nasabah golongan berpenghasilan tetap sudah mencapai 70% dari total portofolio BSM, sedangkan pada segmen nasabah usaha BSM hanya menyalurkan sekitar 20- 30% dari total portofolio BSM

   Dalam strategi penyaluran pembiayaan UMKM, BSM membagi dalam beberapa segmen nasabah golongan berpenghasilan tetap, segmen nasabah usaha, segmen komunitas dan segmen wilayah.

   Strategi yang dilakukan ialah Strategi Penetrasi Pasar atau melakukan Pemasaran, strategi mannual produk, strategi bekerjasama dengan instansi, strategi nasabah *Walk in* dan Nasabah *Existing*, Strategi promosi

2. Kendala Penyaluran Pembiayaan

Kendala yang ada lebih banyak pada kondisi eksternal di Indonesia seperti kondisi ekonomi, kondisi politik ndan kondisi sosial, kendala selanjutnya terkait dengan persaingan tingkat margin atau pada Bank Konvensional ditingkat suku bunga. Adapun kendala internal dari nasabahnya sendiri yang tidak lengkap akan persyaratannya atau menunda nunda sehingga pembiayaan akan semakin lama terealisasikan, peraturan atau pedoman atau kebijakan BSM yang kurang fkleksibel, membutuhkan data valid mengenai seberapa banyak jumlah UMKM yang dapat dibiayai.

Referensi

Anas Alhifni - *Google Cendekia*. (n.d.). Retrieved November 6, 2020, from https://scholar.google.co.id/citations?user= eeoVkQwAAAAJ&hl=id

Bakhri, S. Maslahah Dan Implementasinya Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Sudut Pandang Al-Syatibi. *Jurnal Studi Pendidikan Islam*, *5*(1), 2. http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/tarbawi/article/view/3098

IKNB. (n.d.). Retrieved November 6, 2020, from https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/Pages/ Peraturan LKM.aspx

Tiara Dini Arifah, 1223203083. (2017). Strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan produk musyarakah terhadap pembiayaan sektor riil umkm. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, *18*(1), 41–51. https://doi.org/10.18196/jesp.18.1.3830 *KECIL (StudiKasus: BPRS KhasanahUmmatKembaranBanyumas).*

Trimulato, T. (2017). Analisis Potensi Analisis Potensiproduk Musyarakah Terhadappembiayaansektorriilumkm.Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan,18(1), 41–51.https://doi.org/10.18196/jesp.18.1.3830