

**STRATEGI UNIT LAYANAN MODAL MIKRO (ULAMM) SYARIAH
PT. PERMODALAN NASIONAL MADANI KOTA KENDARI DALAM
PEMBERDAYAAN UMKM
(Studi Kasus ULAMM Syariah Cabang Tinanggea)**

HARDIANTI

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme pembiayaan yang dilakukan oleh ULAMM Syariah Cabang Tinanggea, dan bagaimana strategi yang dilakukan oleh ULAMM Syariah Cabang Tinanggea dalam memberdayakan UMKM. Mekanisme pembiayaan adalah metode atau langkah- langkah dalam prosedur sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku. Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang di susun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan jenis penelitiannya adalah deskriptif kualitatif. Singkatnya, penelitian ini akan menguraikan segala sesuatu yang terkait dengan topic penelitian. Teknik perolehan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data , penjajian data kemudian penarikan kesimpulan dan verifikasi. Teknik pemeriksaan data pada penelitian ini menggunakan metode triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme pembiayaan yang dilakukan oleh ULAMM Syariah Cabang Tinanggea pada UMKM yaitu seleksi awal, evaluasi kelayakan usaha, reviuw proposal pembiayaan, proses persetujuan, proses pengikatan, dan proses pencairan. Sedangkan Strategi yang dilakukan oleh ULAMM Syariah Cabang Tinanggea dalam memberdayakan UMKM yaitu strategi produk, strategi harga, strategi produksi dan strategi promosi.

Kata Kunci: Strategi, Pemberdayaan, ULAMM, Usaha Mikro Kecil

1. Latar Belakang

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sudah mudah dijumpai disekitar kita saat ini, baik di desa maupun di perkotaan khususnya di Tinanggea. Umumnya mereka masih bersifat informal meskipun tidak sedikit yang sudah menjalankan usahanya secara formal atau *bankable*. Meskipun jumlah mereka sangat banyak, mencapai puluhan juta, tetapi posisi UKM dalam struktur perekonomian masih sangat kecil. Kontribusinya dalam proses pembentukan produk domestic bruto dan penguatan struktur perekonomian masih perlu ditingkatkan. Kondisi inilah tidak terlepas dari beberapa kendala yang masih dihadapi oleh UKM.

Usaha mikro merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu bangsa dan daerah tak terkecuali di Indonesia. Usaha mikro merupakan satu penggerak perekonomian Indonesia. Bagi sebagian kalangan usaha mikro dianggap sebagai sector usaha yang penting sehingga mampu bertahan dalam kondisi apapun. Tak jarang dengan kemampuan dan keterbatasan tersebut juga dapat menciptakan lapangan kerja walaupun tidak signifikan. Dalam pembangunan ekonomi Indonesia usaha mikro selalu digambarkan sebagai sector yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dan kegiatan usaha kecil baik sector tradisional maupun modern.

Hanya saja masalah pembiayaan usaha atau permodalan masih menjadi masalah yang sering dihadapi usaha mikro. Dukungan permodalan atau pembiayaan usaha bagi usaha mikro sangat penting. Dengan adanya sebuah lembaga yang dapat menjadi jembatan antara pemilik kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana

merupakan salah satu solusi dalam memecahkan masalah perekonomian rakyat tersebut. Salah satu lembaga yang dapat menjadi jembatan kebutuhan dana bagi masyarakat yang ingin mengembangkan usahanya adalah lembaga keuangan mikro, salah satunya Unit Layanan Modal Mikro (ULamm). (Umer Capra, 2000)

Dengan adanya PT Permodalan Nasional Madani atau PNM, didirikan sebagai bagian dari solusi pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan dan pemerataan ekonomi masyarakat melalui pengembangan akses permodalan dan program peningkatan kapasitas bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM).

Untuk mengoptimalkan tugas pengembangan UMKM, PNM memperluas sumber pendanaan. Sejak tahun 2009 mampu meraih kepercayaan dari perbankan dan sejak 2012 PNM juga berhasil memperoleh pendanaan dari pasar modal melalui penerbitan obligasi.

Solusi non finansial yang diberikan PNM kepada para pelaku UMKM telah memberikan positioning yang unik bagi PNM dalam industry pembiayaan di Indonesia. Solusi non finansial berupa peningkatan kapasitas kewirausahaan para pelaku usaha mampu menjaga tingkat pengembalian penyaluran modal pada tingkat yang diharapkan. Selain itu, solusi ini juga membuat para pelaku UMKM dapat memperoleh manfaat maksimal dari bantuan permodalan yang diterimanya. Jasa manajemen bagi koperasi simpan pinjam, BPR/S, maupun lembaga keuangan mikro/syariah lainnya di seluruh Indonesia adalah beberapa solusi non finansial yang diberikan PNM kepada para mitra usahanya di PT Permodalan Nasional Madani yang memiliki dua jenis pembiayaan diantaranya

ULaMM. PT Permodalan Nasional Madani sudah menggunakan prinsip Syariah dimana nasabah yang mengajukan pembiayaan di PT Permodalan Nasional Madani tersebut telah menawarkan akad murabahah.

Unit Layanan Modal Mikro (ULamm) Syariah Tinanggea atau Unit Layanan Modal Mikro merupakan layanan dari PT Permodalan Nasional Madani berupa pinjaman modal untuk usaha mikro dan kecil yang disertai bimbingan pengembangan usaha. Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) Syariah ini adalah salah satu unit yang berada di Sultra khususnya di Kelurahan Tinanggea Kecamatan Tinanggea yang berdiri sejak tahun 2013 sampai saat ini. Karena dilihat dari kondisi saat ini masih banyak masyarakat yang kekurangan modal untuk mengembangkan usahanya. Dengan banyaknya dan berkembangnya UMKM di Tinanggea setiap tahun ke tahun maka berdirilah sebuah lembaga yang memberdayakan UMKM ini yaitu ULaMM Syariah unit Tinanggea yang beralamat di Jl. Abdullah Silondae Kelurahan Tinanggea Kecamatan Tinanggea Sulawesi Tenggara.

PNM ULaMM merupakan lembaga pembiayaan Non bank yang bergerak di jasa keuangan untuk UMKM dan koperasi. diluncurkan sebagai upaya menumbuhkan UMKM agar usahanya lebih berkembang dan maju lagi khususnya yang ada di desa Tinanggea yang sehat dan dikelola secara profesional. Jika layanan PNM Mekaar ditujukan untuk perempuan dari keluarga prasejahtera, PNM ULaMM menysasar perorangan atau Badan Usaha (Memilih et al., 2021)

Dengan adanya lembaga yang menjadi jembatan antara pemilik kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana adalah salah satu solusi yang akan

memecahkan masalah-masalah perekonomian rakyat setempat. Dana inilah yang kan digunakan untuk megaktifkan sector riil atau ekonomi rakyat. Lembaga ekonomi yang akan menjadi jembatan kebutuhan dana bagi masyarakat yang ingin mengembangkan sector riil adalah lembaga keuangan mikro, salah satunya lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) berbentuk Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) Syariah. (Ayu Fatmawati, 2020)

Dari observasi awal dengan sistem wawancara dengan bapak jumardin mengenai pandangann tentang system pembiayaan di ULamm Syariah PT.Permodalan Nasional Madani (Persero) mereka mengatakan bahwa system pembiayaanya untuk saat ini baik untuk mengajukan pembiayaan di ULamm Syariah sistemnya sangat mudah dan dengan adanya pembiayaan ini membuat mereka dari yang tidak bisa membuka usaha sendiri kini mereka bisa membuka usaha sendiri dengan bantuan dari Ulamm Syariah di PT.Permodalan Nasional Madani cabang Tinanggea.

Table
Jumlah Nasabah ULAMM Tinanggea
Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Nasabah		Total Nasabah
	Convensional	Syariah	
2017	73	0	73
2018	95	0	95
2019	102	0	102
2020	73	351	424
2021	73	395	468

Berdasarkan data awal yang telah didapatkan oleh peneliti sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah ULaMM yang ada di Tinanggea dari 2017-2021 setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah nasabah hingga jumlah nasabah

ULaMM terhitung sampai akhir 2021 sebanyak 1.162 nasabah.

Dari observasi awal yang dilakukan pada tanggal 2 Desember 2021 dilihat dari kondisi masyarakat di desa Tinanggea banyak yang mengambil modal di ULamm Syariah PT. Permodalan Nasional Madani ini karena akses pembiayaan yang dirasakan masyarakat lebih murah di ULamm Syariah PT. Permodalan Nasional Madani dibandingkan perusahaan lain serta masyarakat menyukai karena adanya pembinaan dan pendampingan berupa pelatihan-pelatihan dan konsultasi untuk pengembangan usaha mereka.

Dengan kenyataan yang ada maka penulis berkeinginan untuk meneliti lebih dalam tentang bagaimana strategi penyaluran dana yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan ULamm Syariah. Untuk itu penulis memberi judul ini dengan **“Strategi Unit Layanan Modal Mikro (ULamm) Syariah PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) dalam Pemberdayaan UMKM”**.

2. Kajian Teori

Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM)

Unit layanan Modal Mikro (ULaMM) Syariah merupakan penyaluran pembiayaan yang dilakukan sesuai ketentuan prinsip syariah yang berdasarkan fatwa dan/atau pernyataan kesesuaian syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia bagi pelaku usaha UMKM.

Akad yang digunakan dalam PNM ULaMM Syariah yaitu akad Murabahah. Murabahah yang berasal dari kata “ribh” (keuntungan) adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Jual beli dilakukan secara kredit, akad ini dibolehkan karena mengandung kemaslahatan. Akad Murabahah adalah akad pembiayaan suatu

barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli, kemudian pembeli membayar dengan harga lebih sebagai keuntungan yang disepakati. (Abdul Wahid Mongkito, 2021)

Analisis SWOT

Analisis swot adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu proyek atau tebakan bisnis. Keempat unsur tersebut membentuk akronim SWOT (kekuatan, kelemahan,, peluang, ancaman). Proses ini melibatkan penentuan tujuan spesifik untuk tebakan bisnis atau proyek dan mengidentifikasi factor internal dan eksternal yang tidak dapat mendukung atau mencapai tujuan tersebut (Mariantha, 2018: 13). Strength (kekuatan) dalam hal ini diartikan sebagai kekuatan atau positif yang membedakan perusahaan atau produk dan dapat dijadikan sebagai keunggulan bersaing (compeytiveness). Weaknesses (kelemahan) adalah kebalikan dari kekuatan, dan kelemahan adalah kelemahan, atau hal-hal yang tidak dimiliki atau dibutuhkan perusahaan untuk bertahan di pasar, peluang dianggap sebagai bagian dari lingkungan eksternal perusahaan yang mungkin menawarkan potensi untuk meningkatkan keuntungan, pangsa pasar, atau pertumbuhan. Ancaman adalah kebalikan dari peluang dan menimbulkan hambatan dan ancaman bagi bisnis yang berkembang dan mendapat untung dari pasar. Analisis ini bersifat deskriptif dan bisa sangat subjektif karena dua orang yang menganalisis organisasi dapat melihat empat bagian secara berbeda. Hal ini wajar karena analisis SWOT merupakan analisis yang memberikan output berupa arahan dan tidak memberikan solusi magis terhadap masalah (Mariantha, 2018: 14)

Setelah proses identifikasi factor-faktor baik internal maupun eksternal, kemudian melakukan pembobotan serta ranking. Bobot dikalikan dengan rating pada setiap factor mendapatkan skor untuk factor-faktor tersebut. Bobot dihitung , 0.0 (tidak penting) sampai 1.0 (sangat penting). Jumlah bobot untuk Opportunities mulai dari angka 1 (dibawah rata-rata), 2(rata-rata), 3(diatas rata-rata) dan 4 (sangat baik), berdasarkan pengaruh factor tersebut terhadap kondisi dan tujuan perusahaan yang bersangkutan. Nilai rating Opportunities dan threat selalu bertolak belakang, misalnya apabila factor threetnya lebih besar, diberi nilai 4. Begitu pula pemberian nilai untuk strength dan weeknes.

Dalam analisis SWOT, berdasarkan score yang di dapat apakah ada opportunity (nilai positif) atau threet (negative), dan apakah factor strength mengungguli (+) weekness (-) maka dapat 4 kuadran rekomendasi.

3. Metodologi

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian. Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data mengenai strategi Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) syariah di PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil.

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer. Data ini harus dicari melauli narasumber atau dalam bentuk responden, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana

mendapatkan informasi ataupun data. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan responden/ informan yang berhubungan.

2. Data Sekunder. Adapun data sekunder penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, karya tulis mupun artikel terkait, penelitian yang berkaitan dengan tema penelitian serta sumber lain berupa hasil laporan penelitian yang masih relevan dengan tema yang dibahas.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Observasi. Adapun observasi dilakukan oleh di Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) Syariah PT. Permodalan Nasional Madani yang Berlokasi di Kelurahan Bende Kecamatan Kadia.
2. Wawancara. Dalam penelitian ini objek wawancara yaitu bapak Jumardin selaku Kepala Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) syariah Cabang Tinanggea PT. Permodalan Nasional Madani. Selain itu, wawancara juga di lakukan kepada beberapa karyawan diantaranya Bapak Joni dan Bapak Tesar selaku Account Officer Mikro (AOM) dan beberapa nasabah ULAMM untuk melakukan konfirmasi,
3. Dokumentasi, dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang berkaitan dengan strategi Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) Syariah PT.Permodalan Nasional Madani. Dokumentasi yang dikumpulkan meliputi leaflet, data terkait produk, data pembiayaan, struktur organisasi, serta data pengembangan kapasitas usaha.

Sedangkan analisis data secara sistematis peneliti melakukan tiga langkah yaitu:

1. Redukasi Data
2. Penyajian data
3. Verifikasi dan penarikan kesimpulan

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Teknik ini berfungsi untuk mengecek kebenaran dan keakrutan data penelitian. (Satori & Komariah, 2014)

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan Strategi ULaMM Syariah Cabang Tinanggea dalam Memberdayakan UMKM

Sebagaimana dijelaskan pemberdayaan menurut Adams (2003:8) berarti cara atau metode yang digunakan individu, kelompok atau komunitas sehingga mereka menjadi mengelola lingkungan dan mencapai tujuan mereka sendiri, dan dengan demikian mampu bekerja dan membantu satu sama lain untuk memaksimalkan kualitas hidup mereka. (Sany, 2019)

1. Strategi Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada ULaMM Syariah Cabang Tinanggea dapat diperoleh sebuah data dan fakta tentang teori dan fakta dilapangan mengenai startegi produk yang diterapkan oleh ULaMM Syariah Cabang Tinanggea.

Hasil menunjukan bahwa strategi produk yang diterapkan oleh ULaMM Syariah Cabang Tinanggea untuk memberdayakan UMKM yaitu pembiayaan murabahah yang dikenal dengan sebutan Madani Mikro Murabahah. Adapun Pembiayaan ULaMM Syariah Cabang Tinanggea merupakan pembiayaan modal kerja atau pembiayaan produktif yaitu pembiayaan yang diberikan kepada nasabah untuk modal usaha dan pembiayaan inventori (*inventory financing*)

atau pembelian barang, mesin dan juga kendaraan usaha.

Hal ini sesuai dengan pendapat Gunartin (2017) bahwa bentuk dukungan yang diberikan dalam memberdayakan usaha mikro kecil agar tetap maju dalam membangun ekonomi bangsa, salah satunya adalah dengan penguatan permodalan.

2. Strategi Harga

Hasil peneliti mengenai strategi harga yang diterapkan ULaMM Syariah Cabang Tinanggea menunjukan bahwa harga yang ditawarkan cukup terjangkau bagi nasabah dengan menawarkan margin yang menarik yaitu M3- 10, M3-25, M3-50 dan Prima 50 tingkat margin sebesar 1,6%, untuk M3-100 dan M3-200 tingkat marginya sebesar 1,4% untuk M3-50 dan M-SUP 500 tingkat marginya sebesar 0,9%. Hal ini sesuai dengan teori Ratnasari (2011) bahwa tujuan menentukan harga yakni untuk membangun *marketing share* atau memperluas jumlah pelanggan atau nasabah. Dengan menentukan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah.

3. Strategi Promosi

Hasil penelitian mengenai strategi promosi yang diterapkan ULaMM Syariah Cabang Tinanggea menunjukan bahwa promosi yang dilakukan oleh ULaMM Syariah Cabang Tinanggea menggunakan strategi penyebaran brosur di pasar dan di masyarakat.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kasmir dan Jakfar (2003) bahwa ada 4 macam sarana promosi yang dapat digunakan yakni periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan pribadi. Dan ULaMM Syariah Cabang Tinanggea telah menggunakan salah satu cara promosi yang dikemukakan oleh Kasmir dan Jakfar (2003)

Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Unit Layanan Modal Mikro ULaMM Syariah dalam Pemberdayaan UMKM

Dalam menganalisis strategi ULaMM Syariah Cabang Tinanggea, penulis menggunakan Metode analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*. Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah internal dan eksternal yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memasarkan produknya. Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis yang menggambarkan (memberikan informasi) situasi dan keadaan. Analisis SWOT membandingkan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal. Ringkasan analisis elemen strategis internal siap untuk membentuk elemen strategis internal sebagai bagian dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. IFAS (Internal Strategic Elements Analysis Summary) disusun untuk membentuk elemen-elemen strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan. EFAS adalah elemen dari strategis eksternal perusahaan, strategis eksternal menjadi bagian dari peluang dan ancaman perusahaan. Keduanya dibandingkan satu sama lain, yang dapat menghasilkan alternative strategi (SO, ST, WO dan WT). Selanjutnya penulis mengidentifikasi strategi yang dapat digunakan oleh ULaMM Syariah Cabang Tinanggea dalam menghadapi pesaing. Menurut penulis strategi yang paling baik dilakukan oleh ULaMM Syariah Cabang Tinanggea adalah menggunakan matriks SWOT.

a. Matrix Faktor Strategi Internal

Penilaian dilakukan dengan memberi bobot dan rating dari faktor strategi internal yang sebelumnya telah

dilakukan identifikasi terhadap factor internal ULaMM Syariah dalam memberdayakan UMKM, agar dapat dirumuskan alternative strategi yang lebih baik dan tepat sasaran. Matriks factor strategi internal (IFAS) ULaMM Syariah Cabang Tinanggea dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

No	Factor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (BxR)
1.	Kekuatan			
	1. Memiliki asset financial yang cukup kuat	0,19	4	0,76
		0,19	3	0,57
		0,19	3	0,57
2.	2. System informasi manajemen yang cukup canggih dan modern	0,14	3	0,42
	3. SOP (Standar Operating Procedur) yang matang dan lengkap			
4.	4. Dukungan dari pemerintah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah			
2.	Kelemahan			

Berdasarkan hasil analisis eksternal pada Tabel di atas dapat dikatakan bahwa factor eksternal dari peluang dan ancaman yaitu memberikan kemudahan permodalan untuk UMKM sampai pangsa pasar yang cukup besar memiliki tingkan kepentingan cukup kuat sehingga bobot yang diperoleh yaitu 0,29 di dibanding dengan jaringan teknologi informasi yang cukup maju dengan tingkat bobot 0,13 karena sedikit lebih penting dari peluang yang ada. Sehingga rating yang diperoleh menyesuaikan dengan jumlah bobot yang diperoleh dari hasil wawancara. total bobot x rating menghasilkan 3,22 bahwa identifikasi ULamm Syariah cabang Tinanggea merespon peluang yang ada serta berusaha meminimalisir ancaman-ancaman yang ada.

Dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai factor kekuatan lebih tinggi dibandingkan factor kelemahan dengan selisih 0,42. Sedangkan factor peluang lebih tinggi disbanding dengan factor ancaman dengan selisih 0,4. Hasil yang di dapat tersebut akan di masukan kedalam diagram SWOT, dapat dilihat sebagai berikut:

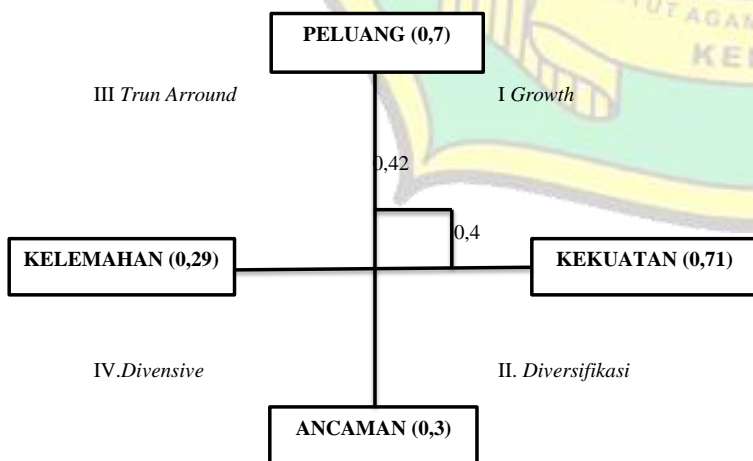
Berdasarkan hasil diagram analisis SWOT diatas menunjukkan bahwa posisi ULamm Syariah Cabang Tinanggea terletak pada kudran agresif. Kuadran Agresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Strategi yang diterapkan dalam kondisi yang dapat mendukung kebijakan pertumbuhan yang lebih menguntungkan. dengan begitu ULamm Syariah Cabang Tinanggea memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Dari hasil analisis dengan diagram SWOT maka dapat disusun empat strategi utama yakni SO (*strength, opportunity*), WO (*weakness, opportunity*), ST (*strength, threat*), dan WT (*weakness, threat*). Maka dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel
Analisis matrik SWOT ULamm
Syariah Cabang Tinanggea

IFAS	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Memiliki asset Finansial yang cukup Kuat.	1. Masih terbatasnya akad
	2. System informasi manajemen yang cukup canggih dan modern.	2. Sebagian modal dari bank swasta
	3. SOP (Standar Operatin g Procedur	

Gambar
Diagram analisis SWOT ULamm Syariah Cabang Tinanggea



(Sumber: Data diolah peneliti tahun 2022)

	yang matang dan lengkap. 4. Dukungan dari pemerintah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.		men berupa pengem bangan kapasita s usaha (PKU) 3. Pangsa pasar yang cukup besar 4. Jaringan teknologi informasi semakin maju	i yang ada untuk memudahkan operasional pembiayaan 4. Memanfaatkan sebaik mungkin dukungan dari pemerintah.	mempromosikan produk-produk ULaMM Syariah Cabang Tinanggea melalui berbagai media atau teknologi yang ada saat ini
EFAS			Therth (T) 1. Belum terlaksananya pemberdayaan melalui kegiatan klestariasi seperti kegiatan pemberdayaan temu usaha nasabah unit, temu usaha nasabah cabang, serta PKU	Strategi ST 1. Malaksanakan pemberdayaan melalui kegiatan klestariasi seperti kegiatan pemberdayaan temu usaha para nasabah unit . 2. Melakukan manajemen keuangan yang	Strategi WT 1. Meminimalkan suntikan dari bank swasta.
Opportunity (O) 1. Memberikan kemudahan permodalan untuk usaha mikro kecil 2. Memberikan layanan berupa jasa manaje	Strategi SO 1. Melakukan penambahan unit ULaMM Syariah 2. Lebih giat lagi mencari nasabah pembiayaan. 3. Menggunakan teknologi	Strategi WO 1. Menambah akad-akad baru jangan hanya terbatas pada akad murabahah saja. 2. Menambah marketing yang dapat			

akbar yang telah terlaksana rutin.	baik dan profesional.	
2. Banyaknya lembaga keuangan mikro dan menyas ar usaha mikro kecil sebagai nasabah	3. Mempersiapkan segala sesuatu sejak dini apapun kemungkinan yang akan terjadi dapat diaatasi.	

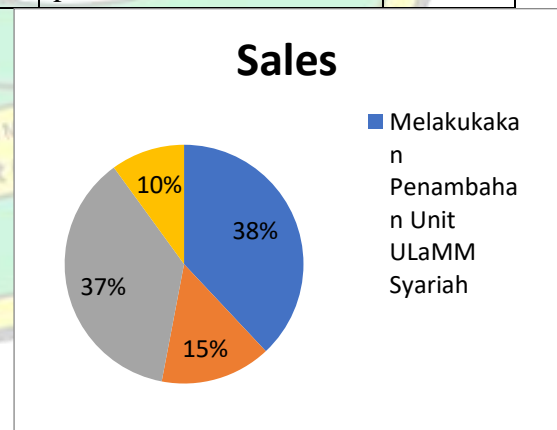
Berdasarkan analisis di atas maka kinerja usaha dapat ditentukan oleh kombinasi dari factor internal dan factor-faktor eksternal. Dengan kombinasi kedua factor tersebut dapat ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT dibawah ini:

1. Strategi SO (*strength-opportunity*)
 - a) Melakukan penambahan unit ULaMM Syariah
 - b) Lebih giat lagi mencari nasabah pembiayaan.
 - c) Menggunakan teknologi yang ada untuk memudahkan operasional pembiayaan
 - d) Memanfaatkan sebaik mungkin dukungan dari pemerintah.
2. Strategi ST (*strength-threats*)
 - a) Malaksanakan pemberdayaan melalui kegiatan klestarisasi seperti kegiatan pemberdayaan temu usaha para nasabah unit .
 - b) Malakukan manajemen keuangan yang baik dan professional.
 - c) Mempersiapkan segala sesuatu sejak dini apapun kemungkinan yang akan terjadi dapat diaatasi.

3. Strategi WO (*weakness-opportunity*)
 - a) Menambah akad-akad baru jangan hanya terbatas pada akad murabahah saja.
 - b) Meminimumkan suntikan modal dari bank swasta
4. Strategi WT (*weakness-threats*)

Berdasarkan Matriks Internal dan Eksternal diperoleh hasil bahwa ULaMM Syariah Cabang Tinanggea berada pada Kuadran II. Adapun bentuk-bentuk strategi yang digunakan pada kuadran II adalah sebagai berikut:

No	Strategi	Skor
1.	Melakukan penambahan unit ULaMM Syariah	38%
2.	Lebih giat lagi mencari nasabah pembiayaan	15%
3.	Menggunakan teknologi yang ada untuk memudahkan operasional pembiayaan	37%
4.	Memanfaatkan sebaik mungkin dukungan dari pemerintah	10%



Dari diagram startegi diatas, ULaMM Syariah Cabang Tinanggea menyimpulkan ada 4 (empat) startegi dalam meberdayakan UMKM yang dapat diterapkan sebagai berikut :

- a. Dengan melakukan penambahan Unit ULaMM Syariah Cabang Tinanggea
- b. Dengan lebih giat lagi mencari nasabah Pembiayaan
- c. Memanfaatkan teknologi yang ada untuk memudahkan operasional pembiayaan
- d. Memanfaatkan sebaik mungkin dukungan dari pemerintah

Dari keempat strategi di atas, ULaMM Syariah Cabang Tinanggea cenderung menerapkan dengan melakukan penambahan Unit ULaMM Syariah karena melihat pangsa pasar yang cukup besar dan jumlah UMKM yang semakin hari semakin meningkat dan juga ULaMM Syariah memiliki aset finansial yang cukup kuat

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka di dapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme pembiayaan yang dilakukan oleh ULaMM Syariah Cabang Tinanggea terdiri dari beberapa tahap yaitu
 - 1) Seleksi awal dimana calon nasabah mengajukan permohonan dan melengkapi syarat-syarat yang ditentukan oleh ULaMM Syariah Cabang Tinanggea.
 - 2) Evaluasi Kelayakan Usaha dimana AOM melakukan evaluasi kelayakan pembiayaan dan juga melakukan survey secara langsung oleh KCU.
 - 3) Reviuw proposal pembiayaan dimana pihak KCU melakukan

verifikasi terhadap proposal pembiayaan.

- 4) Proposal Persetujuan dimana pihak cabang akan terlebih dahulu melakukan verifikasi data ke ULaMM Tinanggea, baru kemudian melakukan survey secara langsung atau On the Spot Checking (OTS).
- 5) Proses pengikatan dimana pihak cabang dan pusat dapat memutuskan persetujuan apabila tidak layak maka permohonan akan ditolak.
- 6) Proses pencairan dimana proses ini dana pencairan langsung ke rekening tabungan atau nama nasabah.

2. Strategi Pembiayaan yang dilakukan oleh ULaMM Syariah Cabang Tinanggea dalam memberdayakan UMKM antara lain :

- 1) Strategi Produk yaitu, Madani Mikro Murabahah 10 (MM-10), Madani Mikro Murabahah 25 (MM-25), Madani mikro Murabahah 50 (MM-50), Madani mikro Murabahah 100 (M3-100), Madani mikro Murabahah 200 (M3-200).
- 2) Strategi Harga dimana produk pembiayaan mikro murabahah ULaMM Syariah Cabang Tinanggea menawarkan margin yang cukup menarik yaitu untuk MM-10 tingkat margin 1,8 persen dengan tenggang waktu 1-2 tahun, MM-25 tingkat marginya 1,8% dengan tenggang waktu 1-3 tahun, MM-50 dengan tingkat margin 1,68% dengan tenggang waktu 1-3 tahun, MM-200 dengan tingkat margin 1,59% dengan tenggang waktu 1-4 tahun.

- 3) strategi Produksi dalam hal ini dapat dilakukan dengan lokasi ULaMM Syariah Cabang Tinanggea ini strategis karena berada dilingkungan masyarakat yang dapat dijangkau dari beberapa arah dan juga berada diwilayah yang padat penduduk dan berdekatan dengan pasar.
- 4) Strategi Promosi dal hal ini ULaMM Syariah Cabang Tinanggea menggunakan strategi penyebaran brosur di pasar di masyarakat serta melalui kegiatan Pengembangan Kapasitas Usaha.

6. Saran

Adapun saran untuk ULaMM Syariah Cabang Tinanggea adalah sebagai berikut:

- a. Melalui program Pembiayaan masih dapat dikembangkan lagi dengan menambah akad-akad lainnya.
- b. Melihat pangsa pasar yang cukup besar alangkah baiknya bagi ULaMM Syariah menambah tenaga marketing guna memasarkan dan mengenalkan produk-produk ULaMM Syariah ke banyak nasabah.
- c. Dilihat dengan banyaknya lembaga-lembaga pembiayaan lain, ULaMM Syariah Cabang Tinanggea diharapkan lebih kreatif lagi dalam mengkreasikan produk-produk dan akad-akad lain..

Daftar Pustaka

Anggraeni, Dwi, Imam Hardjanto, Ainul Hayat. *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Eksternal dan Internal*. Jurnal Administrasi Publik. 6(1). 1286-1295

Asmawanti, T., & Supriyono. (2015). *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sebagai Upaya Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan di Masyarakat Kecamatan*

Manyaran Kabupaten Wonogiri. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta

Bahri, et al. (2019). *Kajian Pemberdayaan UMKM Kota Makassar Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Pelaku Usaha*. Jurnal Inovasi dan Pelayanan Publik Makassar, Vol. 1., No.41

Bank Indonesia. (2015). *Profit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta

BPS. (2020). *Klasifikasi UMKM*. Dari <http://www.bi.go.id>

Edy Sasminto. (2010). *Rahasia Sukses Pengusaha Tahan Banting Pengalaman Pelaku Usaha Mikro Kecil*. Jakarta: PT Permodalan Nasional Madani

Gelar, M., Ekonomi, S., Perbankan, J., Fakultas, S., Islam, B., & Batusangkar, I. (2020). *STRATEGI PENANGANAN PEMBIAYAAN BERMASALAH DI UNIT LAYANAN MODAL MIKRO (ULaMM) SYARIAH UNIT BATUSANGKAR SKRIPSI*.

Gunartin. (2017). *Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*. EDUKA : Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis, Vol. 2. No. 2.

Hadi, D. P. (2015). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Kecil dan Menengah berbasis Sumber Daya Lokal dalam Rangka Millenium Development Goal 2015*. Jurnal Ilmiah CIVIS, Vol. 5. No 1.

Harini, Cicik.(2020). *Strategi Pemasaran Kewirausahaan UMKM*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia

Indonesia. *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Pemberdayaan*

Indonesia. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro dan Menengah*.

Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014, September). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan*. JKMP, Vol. 2. No. 5.

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. 2021.

- <http://umkm.depkop.go.id>
- Laili, Yusufiyanti, Rohmawati Kusumaningtias. (2020). *Efektivitas Inklusi Keuangan Syariah Dalam Meningkatkan Pemberdayaan UMKM*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. 6(3)
- Latisia, S. (2017). *Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Kediri*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Administrasi Negara, Vol. 1 No.2
- Mongkito Wahid Abdul, Trisno Wardy Putra, Muhammad Imran, Kiki Novita, Andi Nasrawati Ansar. (2021). *Implementasi Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Syariah dalam Pengembangan Usaha Mikro*. Jurnal Robust-Research and Economics Studies. Vol 1 (1)
- Muheramtohad, S. (2017). *Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM di Indonesia*. 8(1), 65–77.
- Nasution, (2003). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Permana, S. H. (2017). *Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di Indonesia*. Jurnal Aspirasil. Vol. 8. No.1.
- Satori, D., & Komariah, A.(2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALVABETA, CV
- Satori, et al. (2007). *Pemberdayaan UMKM Melalui Program CSR PT.Indocement Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)*. Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institute Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon
- Sedyastuti, Kristina. (2018). *Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia. 2(1)
- Sany, U. P. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Al Qur'an*. Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 39. No. 1.
- Satori, et al. (2017). *Pemberdayaan UMKM Melalui Program CSR PT Indocement. Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)* Fakultas Ushuluddin Adab Dakwah Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
- Singgih, M. N. (2007). *Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia*. Jurnal Ekonomi Modernisasi, Vol.3. No.2
- Sukidjo. (2004). *Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah*. Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Vol. 1. No. 2.
- Sukirman, & Indaryani, M. (2014). *Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menuju Kemandirian Usaha dengan Menerapkan Manajemen Profesional*. Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.4. No. 1.
- Sunariani, N. et al. (2017). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan di Provinsi Bali*. Manajemen dan Bisnis, Vol. 2. No. 3.
- Suparno, A. W. (2013). *Model Pemberdayaan Usaha Mikro Model Pemberdayaan UMKM Melalui Program CSR Pada Industri Rokok di Kudus*. Jurnal Sosial Budaya. Vol. 6. No. 2.
- Tohirin. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: PT. PRAJAGRAFINDO PERSADA
- Wrihatnolo, R. R., & Dwidjowijoto, R. N. (2007). *Manajemen Pemberdayaan: Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Umkm, P., Tujuan, M., Milenium, P., Kemiskinan, P., Denpasar, S. U., Sektor, A., Mikro, U., Umkm, M., Umkm, P., Umkm, P., Nasional, P., Milenium, T. P., & Perguliran, P. K. (2012). *No Title*. 1–14.
- Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada