

Analisis SWOT Pada Produk Non Agunan (PRONA) Dalam Pembiayaan Musyarakah di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Mlonggo Jepara

Fina Felia Pramudita¹, Miswan Ansori²

¹²Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Nahdlatul Ulama

¹²Jl. Taman Siswa, Pekeng, Kauman, Tahunan, Kec. Tahunan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah 59451

e-mail: 211420000568@unisnu.ac.id¹, miswan@unisnu.ac.id²

ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 Juli 2024

Received in revised form 2 September 2024

Accepted 10 November 2024

Available online Desember 2024

ABSTRACT

Academic anxiety related to Non-Collateral Products (PRONA) in musyarakah financing at KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara is the focus of this research. The research method involves interviews, observation, and documentation to identify the product's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Analysis of the company's internal environment is carried out to analyze company functions. The IFAS and EFAS matrices are used to formulate the company's internal and external strategic factors. The research results identify the strengths and weaknesses of non-warranty products (PRONA), as well as the opportunities and threats they face. SWOT analysis is used to formulate company strategies based on internal and external factors that influence company performance. In conclusion, Non-Collateral Products (PRONA) have the potential to increase the economic capacity of society and help members who use products without collateral. This research provides a comprehensive understanding of the product and enables effective strategic research.

Keywords: SWOT analysis, non-collateral products, musyarakah financing.

Abstrak

Kegelisahan akademis terkait dengan Produk Non Agunan (PRONA) dalam pembiayaan musyarakah di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara menjadi fokus penelitian ini. Metode penelitian melibatkan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk tersebut. Analisis lingkungan internal perusahaan dilakukan untuk menganalisis fungsi-fungsi perusahaan. Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk merumuskan faktor strategis internal dan eksternal perusahaan. Hasil penelitian mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk non garansi (PRONA), serta peluang dan ancaman yang dihadapi. Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan berdasarkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Kesimpulannya, Produk Non Agunan (PRONA) memiliki potensi untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat dan membantu anggota pengguna produk tanpa agunan. Penelitian ini memberikan pemahaman yang komprehensif tentang produk tersebut dan memungkinkan penelitian strategis yang efektif.

Kata Kunci: Analisis SWOT, produk non agunan, pembiayaan musyarakah.

Received Juli 30, 2024; Revised September 2, 2024; Accepted November 10, 2024

*Corresponding author, e-mail address: 211420000568@unisnu.ac.id

1. PENDAHULUAN

BMT Alhikmah Semesta merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menawarkan berbagai produk pembiayaan, termasuk Pembiayaan Musyarakah. Produk Musyarakah adalah produk pembiayaan yang berdasarkan prinsip syariah Islam, di mana BMT dan nasabah menjalin kerjasama usaha untuk membiayai suatu usaha. Sistem perbankan yang dikenal sebagai perbankan syariah dibentuk dengan menggunakan hukum Islam sebagai dasar pemikirannya (Atabik 2013). Anggota dan bank syariah memiliki hubungan kontraktual yang mengatur hubungan hukum antara keduanya. Kata "contract" memiliki arti yang sama dengan "agreement" dalam bahasa Inggris. Kata "Akad" dari bahasa Arab "Al-Aqdu" yang mempunyai arti ikatan atau simpul pada tali. Menurut Fiqh, akad adalah perjanjian antara penawaran (ijab) dan penerimaan (qabul) yang didukung oleh syara.

Salah satu cara menyalurkan dana kepada masyarakat melalui bank syariah adalah melalui pembiayaan. Pembiayaan adalah penyerahan dana atau surat lainnya berdasarkan suatu perjanjian atau kontrak antara suatu bank dengan pihak lain yang menyatakan bahwa penerima pembiayaan menerima sejumlah uang tertentu dengan imbalan atau bagi hasil, dengan mengembalikan uang atau wesel itu setelah jangka waktu tertentu (Safitri, Fuadi, and Khairunnisa 2008). Salah satu produk pembiayaan Musyarakah yang ditawarkan oleh BMT Alhikmah Semesta adalah Produk Non Agunan (PRONA). Produk ini ditujukan kepada anggota yang tidak memiliki agunan yang memadai untuk mendapatkan pembiayaan. BMT Al Hikmah Semesta menawarkan produk pembiayaan tanpa agunan yang khusus menasar pasar-pasar tradisional di Jepara. Dengan fokus pada pembiayaan mikro dan kecil, program PRONA hadir untuk mendukung pertumbuhan usaha kecil dan mikro di berbagai pasar, membantu para pedagang meningkatkan usaha mereka tanpa beban agunan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah anggota keuangan musyarakah termasuk produk PRONA pada tahun 2023 sebanyak 73 anggota dari 759 anggota. Cukup banyak masyarakat atau usaha mikro, kecil dan menengah yang dibiayai oleh semesta BMT alhikmah mlonggo. Prosedur pemberian pembiayaan produk non agunan oleh BMT Al-Hikmah Semesta mlonggo ini terjadi dalam beberapa tahap. Tahap ini dimulai ketika anggota mengirimkan permohonan tertulis kepada BMT, setelah itu dilakukan analisis pendahuluan terhadap permohonan, di mana aspek permohonan dievaluasi dan isi permohonan dianalisis. Langkah selanjutnya dalam proses ini adalah survei, yang memutuskan apakah menyetujui atau menolak permintaan pembiayaan. Hal ini disebabkan karena belum banyak BMT yang mempertimbangkan untuk memberikan pendanaan kepada masyarakat kurang mampu, dan tujuannya adalah untuk mencapai kesepakatan antara kedua pihak yang saling menguntungkan (Ferdinand and Khusnudin 1970). Namun pemberian pembiayaan mempunyai risiko yang tinggi, sehingga agunan atau jaminan sangat penting sebagai bukti kepercayaan, kemampuan, dan kesanggupan anggota (Djarmiko 2021).

Menurut UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008. Bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Ojk 2008). Salah satu fasilitas penyaluran dana yang diberikan kepada masyarakat perbankan syariah adalah pembiayaan. Pembiayaan sama dengan pemberian uang atau nota atas suatu kontrak atau perjanjian antara BMT dengan pihak lain, yang menurutnya uang atau tagihan yang akan dibiayai harus dikembalikan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan imbalan atau bagi hasil. Produk non agunan (PRONA) merupakan suatu jenis pembiayaan di dalam perbankan atau lembaga keuangan syariah yang tidak memberi persyaratan jaminan bagi anggota yang membutuhkan penyaluran dana atau modal, baik berupa uang maupun barang. Menurut (Nurbaedah and Yudhy Machmud 2021) Berdasarkan hukum Islam, kontrak keuangan umumnya tidak memerlukan jaminan. Persyaratan agunan dalam akad pembiayaan perbankan syariah merupakan jenis akad tambahan yang mengikuti akad pembiayaan sebagai akad utama. Produk Non Agunan (PRONA) ini menjadi pilihan terbaru bagi anggota yang ingin mengembangkan usahanya. Produk Non Agunan ini bisa diterapkan melalui akad murabahah atau jual-beli, wakalah, maupun ijarah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) akan memiliki kontrol serta kebebasan yang lebih besar untuk memutuskan bagaimana mengembangkan usahanya ketika mengerahkan tambahan modal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya tekanan pembayaran utang serta mudahnya akses dalam tersedianya pembiayaan tanpa jaminan atau agunan, yang dapat mempengaruhi keputusan bisnis dan operasional (Ridwansyah, Supriyaningsih, and Amrina 2021). Menurut (Nurbaedah and Yudhy Machmud 2021) Agunan dalam pinjaman mempunyai fungsi untuk melunasi hutang dengan cara menebus atau menjual agunan apabila terjadi keterlambatan pembayaran oleh pihak ketiga. Pembiayaan tanpa agunan ini memang menimbulkan risiko karena anggota yang membutuhkan bantuan keuangan atau barang modal tidak perlu menyetorkan agunan ke BMT saat melakukan pembayaran atau transaksi. Setiap pembiayaan yang ditawarkan tentu mempunyai risiko tersendiri, salah satu risiko yang paling umum adalah risiko pembiayaan

bermasalah, dimana anggota tidak dapat mengembalikan dana yang telah diberikan (Ningrum, Wahyuni, and Salasiah 2023).

Produk ini ditujukan kepada calon anggota yang tidak memiliki agunan yang memadai untuk mendapatkan pembiayaan. Banyak para anggota yang menggunakan pembiayaan ini untuk mendukung kegiatan bisnis UMKM yang ingin dibangun oleh anggota. Biasanya anggota yang mengajukan pembiayaan ini kurang mempunyai modal untuk menunjang usahanya. Bagaimana itu Produk Non Agunan (PRONA) pihak anggota akan mendapat dukungan modal yang sama, dan BMT juga menerima sebagian keuntungan atau bagi hasil dari modal pembiayaan. Terdapat tantangan, sehingga dalam pembiayaan musyarakah pengembangan produk tanpa agunan harus dilanjutkan dengan menguji dan menemukan berbagai strategi yang sesuai. Analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan pada umumnya dan kekuatan wilayah pasar pada khususnya dalam kaitannya dengan lingkungannya (Mashuri and Nurjannah 2020).

Sehingga Maka dari itu, BMT Alhikmah Semesta Jepara mempunyai inovasi Produk Non Agunan (PRONA) dalam pembiayaan musyarakah. Produk Non Agunan (PRONA) ini bertujuan untuk membantu meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat umum serta membantu anggota pengguna produk apabila tidak mempunyai agunan. Dalam judul penelitian “Analisis SWOT pada Produk Non Agunan (PRONA) dalam Pembiayaan Musyarakah di BMT alhikmah semesta” tujuannya adalah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada produk Non agunan (PRONA) dalam pembiayaan musyarakah dan mengetahui strategi bisnis Produk Non Agunan (PRONA).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis berbagai faktor dengan tujuan membentuk strategi perusahaan, identifikasi dan evaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi kinerja dan posisi perusahaan (Pangaribuan, Yance, and Mardhiyah 2022).

Menurut (Putra 2019) Analisis SWOT dapat diterapkan dengan menganalisis dan mengurutkan berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktor tersebut, kemudian menerapkannya pada gambar matriks SWOT, dimana penerapannya adalah bagaimana kekuatan dapat memanfaatkan peluang yang ada, bagaimana mengatasi kelemahan yang ada. . apa yang menghalangi perolehan keunggulan (advantages) yang ada mengenai peluang, lalu bagaimana kekuatan (strengths) dapat menyikapi ancaman (threats) yang ada, dan terakhir bagaimana mengatasi kelemahan (weaknesses) yang dapat mewujudkan ancaman (threats) atau menciptakan ancaman baru. . ancaman Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman (Huddin Misba 2021).

2.1.1. Produk Non Agunan

Agunan dan jaminan adalah istilah yang sering digunakan secara bergantian, namun hakikatnya mengacu pada konsep yang sama. Jaminan, secara sederhana, dapat dipahami sebagai bentuk asuransi bagi suatu pembiayaan yang diterima, menjamin keamanan dan kelancaran proses peminjaman tersebut, keduanya memainkan peran vital dalam transaksi keuangan (Ferdinand and Khusnudin 1970).

Agunan atau jaminan terwujud sebagai hasil kesepakatan pembiayaan antara nasabah pemilik modal (shahibul maal) dan pelaku usaha (mudharib). Jaminan diperlukan untuk menjamin pengembalian uang bank karena akad tersebut membebankan kewajiban kepada pelaku usaha (mudharib) untuk mengembalikan dana yang dipinjam. Namun, terkadang terjadi kesulitan 2 dalam mengembalikan dana tersebut, salah satunya adalah kecerobohan pelanggan dalam mengembalikan dana (Cahyaningrum, Budianto, and Dewi 2023).

2.1.2. Pembiayaan Musyarakah

Menurut (Yusuf 2012) Pembiayaan musyarakah merupakan akad kerjasama antara dua orang atau lebih untuk menyatukan sejumlah modal dengan cara menjalankan suatu usaha bersama dan mengelola kegiatan usaha secara bersama-sama. (Kurniasari and Bharata 2020) juga mendefinisikan Pembiayaan musyarakah adalah kerjasama antara pemilik modal yang menyatukan modalnya dan melakukan usaha bersama dengan cara menyatukan modalnya dan membagi keuntungannya sesuai kesepakatan, serta membagi kerugian sesuai penyertaan modal atau sesuai kesepakatan. Pembiayaan musyarakah adalah suatu perjanjian usaha antara dua atau lebih pemilik modal untuk menanamkan modalnya pada suatu proyek dimana kedua belah pihak mempunyai hak untuk ikut serta dalam pengelolaan proyek, hak untuk mewakili proyek, atau hak untuk menarik kembali haknya (Aziz 2023).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, merupakan penyelidikan mendalam tentang produk Non agunan (PRONA) dalam Pembiayaan Musyarakah pada KSPPS BMT Al Hikmah Semesta temuan lapangan didukung oleh teori yang berkaitan dari berbagai sumber, menggunakan referensi dan metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) dengan mengkombinasikan dengan penilaian IFAS atau Internal Factors Analysis Summary dan EFAS atau External Factors Analysis Summary. Penelitian kualitatif adalah metode untuk menyelidiki serta memahami inti yang diberikan oleh individu atau kelompok terkait dengan isu-isu sosial. Sumber data dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu data primer dan sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung oleh pengumpul data atau peneliti dari sumbernya. Data primer yang diambil antara lain wawancara terhadap subyek penelitian yang dilakukan melalui observasi. Data sekunder merupakan data yang diperoleh serta dikumpulkan peneliti dari sumber yang ada sebelumnya, dan informasi dari dokumen, buku dan literatur lain, serta sumber lain yang berkaitan dengan bahan penelitian ini. Metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari produk Non agunan (PRONA) dalam pembiayaan musyarakah di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara. Proses penelitian dimulai dengan pengumpulan data melalui wawancara kepada manajer, marketing, dan anggota untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk Non agunan (PRONA) dalam Pembiayaan Musyarakah. Data tersebut kemudian dianalisis mulai dari pengumpulan data awal, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Identifikasi Lingkungan Internal

Perusahaan memiliki lingkungan internal masing-masing (Alfiani et al. 2023). Menganalisis lingkungan internal perusahaan membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Analisis lingkungan internal melibatkan evaluasi strategis atas fungsi-fungsi pemasaran, distribusi, riset serta pengembangan, produksi dan operasi, sumber daya manusia, serta aspek keuangan dan akuntansi perusahaan (Aji et al. 2023). Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi area-area dimana perusahaan memegang keunggulan yang signifikan, sehingga dapat memanfaatkan peluang dengan optimal dan menghadapi tantangan yang ada di lingkungan perusahaan. Berikut adalah faktor internal yang terdapat pada Produk Non Agunan dalam pembiayaan musyarakah di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara.

A. Kekuatan (Strength)

Kekuatan (Strengths) perusahaan merupakan aset berharga yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Ini dapat berupa sumber daya, keunggulan kompetitif, atau keterampilan unik yang memungkinkan perusahaan untuk bersaing secara efektif dan memenuhi permintaan anggota dengan cara yang lebih baik dari pesaing. Kekuatan (strength) adalah sumber daya atau kemampuan yang tersedia bagi suatu perusahaan atau yang memberikan keunggulan dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan anggota. Umumnya, bidang kekuatan berkaitan dengan keunggulan karyawan atau berbasis sumber daya (resource-based). Tidak semua faktor memiliki kepentingan yang sama di semua produk atau pasar (Sari 2020). Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, diperoleh beberapa kekuatan yang dimiliki oleh Produk Non Agunan dalam pembiayaan musyarakah di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara antara lain;

1. Tidak Memerlukan Agunan
2. Persyaratan produk yang mudah
3. Produk yang sudah dikenal masyarakat
4. Pemberian bagi hasilnya yang terjangkau
5. Produk ini bisa merambah ke segala lapisan masyarakat

B. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan (weaknesses) adalah keterbatasan atau kekurangan sumber daya atau (kemampuan) suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya, sehingga mengakibatkan kerugian dalam upayanya memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif (Sari 2020). Berdasarkan analisis yang dilakukan, diperoleh beberapa kelemahan yang dimiliki oleh Produk Non Agunan dalam pembiayaan musyarakah di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara, antara lain;

1. Memerlukan analisis pembiayaan yang lebih teliti untuk mengelola risiko

2. Pembatasan Jumlah Pembiayaan
3. Jika anggota tidak lagi berdagang dan bukan warga setempat, penyelesaian produk prona akan sulit.
4. Persaingan di pasar pada produk sejenis
5. memiliki risiko pembiayaan yang lebih tinggi karena tidak ada agunan fisik

4.2 Identifikasi Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan lingkungan di luar perusahaan yang dapat memengaruhi keadaan bisnis perusahaan yang dijalankan, sehingga memerlukan dianalisis. Menganalisis lingkungan eksternal perusahaan membantu mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapinya (Awaliya et al. 2023). Tujuan analisis eksternal adalah untuk mengidentifikasi dan membuat daftar terbatas berbagai peluang yang dapat menguntungkan perusahaan dan ancaman yang perlu dihindari. Analisis lingkungan eksternal yang dapat menguntungkan dan risiko suatu perusahaan terdiri dari enam segmen: demografi dan ekonomi, politik/hukum, sosial budaya, teknologi, dan keadaan global (Dian and Sari 2023). Proses ini memberikan informasi tentang peluang dan tantangan yang dihadapi organisasi dalam mencapai tujuan dan sasaran mereka (Almuarif 2023). Berikut adalah faktor eksternal yang terdapat dalam KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara;

A. Peluang (Opportunities)

Peluang (Opportunities) adalah situasi yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, dan peluang adalah suatu tren dalam lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh suatu perusahaan (Sari 2020). Peluang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan usaha (Sundari et al. 2019). Berdasarkan analisis dilakukan, beberapa peluang yang dimiliki oleh Produk Non Agunan dalam pembiayaan masyarakat di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara, antara lain;

1. Inovasi produk untuk menarik anggota potensial baru
2. Meningkatnya permintaan dari segmen pasar yang tidak memiliki agunan
3. Produk yang diberikan sangat membantu masyarakat
4. Antusiasme masyarakat dalam menggunakan produk meningkat
5. Peningkatan Edukasi Finansial

B. Ancaman (Threats)

Ancaman yaitu kondisi tidak menguntungkan yang signifikan terhadap perusahaan. Ancaman-ancaman ini dapat menimbulkan tantangan besar terhadap keadaan suatu perusahaan saat ini atau yang akan datang. Contoh dari ancaman ini bisa termasuk peraturan pemerintah baru atau yang direvisi yang dapat mengancam keberhasilan perusahaan. Berdasarkan analisis yang dilakukan, diperoleh beberapa ancaman yang dimiliki oleh Produk Non Agunan dalam pembiayaan masyarakat di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara antara lain;

1. Risiko gagal bayar yang tinggi
2. Mengalami kegagalan dalam pembayaran
3. Persaingan dari produk lain
4. Persepsi anggota jika banyak kasus gagal bayar
5. Kurang inovasi

4.3 Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Setelah beberapa faktor strategis internal perusahaan diketahui, tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dibuat untuk merumuskan faktor strategis internal dalam kerangka strength dan weakness perusahaan. Setelah mengetahui beberapa faktor strategis internal perusahaan, buatlah tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matriks Ringkasan Analisis Internal (IFAS) merupakan alat analisis yang menyediakan kondisi internal untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) merupakan alat analisis yang memberikan gambaran kondisi eksternal suatu perusahaan untuk mengetahui peluang dan ancaman perusahaan (Mutiarra 2021). Tabel EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) adalah alat strategis yang membantu perusahaan untuk

mengidentifikasi dan merumuskan faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang (Opportunities) maupun ancaman (Threats) bagi organisasi. Analisis ini memberikan pemahaman yang komprehensif tentang lingkungan eksternal dan memungkinkan perumusan strategi yang efektif. Langkahnya adalah sebagai berikut:

- Identifikasi faktor keunggulan dan kelemahan perusahaan dalam kolom IFAS. Faktor-faktor yang menjadi peluang dan risiko kini tercantum di kolom EFAS.
- Menentukan pentingnya setiap elemen berdasarkan dampaknya terhadap posisi strategis perusahaan dengan menggunakan skala 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). (Semua bobot tersebut tidak boleh berjumlah skor total lebih dari 1,00)
- Beri penilaian dari 1 hingga 4 untuk setiap faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang signifikan (rating = 1), kelemahan yang terkecil (rating = 2), kekuatan yang minor (rating = 3), atau kekuatan yang signifikan dan yang utama (rating = 4). Dengan demikian, penilaian merujuk pada perusahaan, sedangkan bobot merujuk pada instansi di mana lembaga tempat perusahaan beroperasi.
- Mengalikan nilai penting dengan ratingnya untuk memperoleh skornya.
- Hitunglah total skor dari setiap variabel

Table 1. Matriks IFAS dan Matrik EFAS

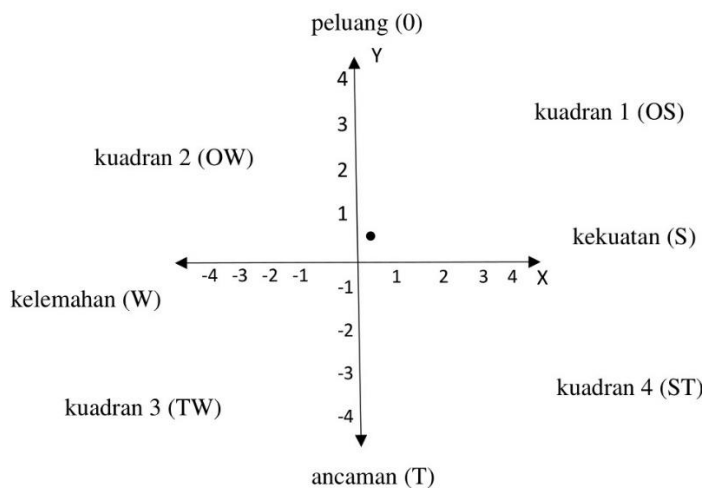
No.	Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating	Skor
1	Tidak Memerlukan Jaminan	0,15	3	0,45
2	Persyaratan produk yang mudah	0,10	3	0,30
3	Produk yang sudah dikenal masyarakat	0,10	3	0,30
4	Pemberian bagi hasilnya yang terjangkau	0,10	3	0,30
5	Produk ini bisa merambah ke segala lapisan masyarakat	0,05	2	0,10
	Total	0,5	14	1,45
No.	Kelemahan (Weakness)	Bobot	Rating	Skor
1	Memerlukan analisis pembiayaan yang lebih teliti untuk mengelola risiko	0,10	2	0,20
2	Pembatasan Jumlah Pembiayaan	0,05	1	0,05
3	Jika anggota tidak lagi berdagang dan bukan warga setempat, penyelesaian produk prona akan sulit.	0,15	3	0,45
4	Persaingan di pasar pada produk sejenis	0,05	2	0,10
5	memiliki risiko pembiayaan yang lebih tinggi karena tidak ada jaminan fisik	0,15	3	0,45
	Total	0,5	12	1,25
	Total IFAS	1,00		0,20
No.	Peluang (Opportunities)	Bobot	Rating	Skor
1	Inovasi produk untuk menarik anggota potensial baru	0,15	3	0,45
2	Meningkatnya permintaan dari segmen pasar yang tidak memiliki agunan	0,15	3	0,45
3	Produk yang diberikan sangat membantu masyarakat	0,05	2	0,10

4	Antusiasme masyarakat dalam menggunakan produk meningkat	0,10	3	0,30
5	Peningkatan Edukasi Finansial	0,05	2	0,10
	Total	0,5	13	1,40
No.	Ancaman (Threats)	Bobot	Rating	Skor
1	Risiko gagal bayar yang tinggi	0,15	3	0,45
2	Mengalami kegagalan dalam pembayaran	0,10	2	0,20
3	Persaingan dari produk lain	0,10	2	0,20
4	Persepsi anggota jika banyak kasus gagal bayar	0,10	2	0,20
5	Kurang inovasi	0,05	1	0,05
	Total	0,5	10	1,10
	Total EFAS			0,30

Sumber: Data yang diolah peneliti,2024

Berdasarkan hasil analisis pada Table 1. skor keseluruhan faktor kekuatan dan kelemahan adalah 0,20 untuk matriks IFAS dan EFAS 0,30. Karena skor keseluruhan Anda di bawah rata-rata 2,5 poin, berarti posisi internal di perusahaan masih lemah. Jumlah faktor peluang dan ancaman sebesar 0,30. Karena skor keseluruhan masih di bawah rata-rata 2,5. Artinya perusahaan belum memanfaatkan peluang yang ada dan belum melakukan upaya untuk melepaskan diri dari ancaman di pasar industri.

Berikutnya, jumlah skor dari setiap faktor bisa diuraikan secara detail, strength 1,45, weakness 1,25, opportunity 1,40, threat 1,10. Dengan demikian, perbedaan total skor antara faktor (X) kekuatan dan kelemahan adalah (+) 0,20, sementara perbedaan total skor antara faktor (Y) peluang dan ancaman adalah (+) 0,30. Dibawah ini adalah gambar diagram Cartesius Analisis SWOT produk non agunan pada KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara.



Gambar 1. Diagram Cartesius Analisis SWOT produk non agunan dalam pembiayaan masyarakat pada KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara

Dari perhitungan IFAS EFAS diatas, diperoleh sumbu X 0,20 dan sumbu Y 0,30. Titik ini menandakan produk non agunan pada KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara berada pada kuadran I. posisi pada kuadran 1 menunjukkan bahwa produk non agunan pada KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo

Jepara memungkinkan untuk terus memperbesar pertumbuhan dan perkembangan produk. Produk non agunan, dengan keunggulan kompetitifnya, mampu memenuhi kebutuhan pasar secara efisien dan efektif. Tanpa adanya beban agunan, produk-produk ini menawarkan kemudahan akses dan fleksibilitas yang dibutuhkan oleh konsumen di era modern ini. KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Mlonggo Jepara menyadari bahwa strategi pemasaran memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang adalah kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi pasarnya. Jika potensi ini dapat dimanfaatkan dengan baik, maka pertumbuhan dan pengembangan produk akan optimal. Namun, jika terdapat kelemahan internal yang tidak dapat diatasi, peluang ini dapat menjadi kendala, menghambat pertumbuhan di pasar. Oleh karena itu, KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Mlonggo Jepara harus secara proaktif mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan internal, sehingga dapat memaksimalkan peluang di pasar dan mendorong perkembangan produk yang inovatif dan kompetitif. Berikut beberapa langkah yang dapat diambil untuk meminimalkan kelemahan dan memaksimalkan potensi adalah sebagai berikut:

1. Investasi dalam teknologi juga penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan layanan yang lebih baik kepada anggota. Penggunaan sistem manajemen keuangan yang canggih dapat membantu dalam pengelolaan risiko, pelacakan transaksi, dan analisis data untuk membuat keputusan yang lebih tepat. Selain itu, pengembangan platform digital untuk memudahkan akses dan transaksi anggota dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan anggota.
2. Strategi pemasaran yang tepat juga diperlukan untuk meningkatkan kesadaran dan menarik lebih banyak anggota. Kampanye pemasaran yang efektif melalui media sosial, seminar edukasi keuangan, dan kemitraan dengan komunitas lokal dapat membantu menjangkau lebih banyak calon anggota. Selain itu, memberikan layanan pelanggan yang prima dan membangun hubungan yang baik dengan anggota akan meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.
3. penting bagi KSPPS BMT Al Hikmah Semesta untuk membangun kemitraan strategis dengan lembaga keuangan lain atau instansi pemerintah yang dapat mendukung pertumbuhan produk non agunan. Dengan sinergi yang tepat, KSPPS BMT dapat memperluas jangkauan layanan dan memperkuat posisi di pasar. Melalui langkah-langkah ini, kelemahan internal dapat diminimalkan dan potensi produk non agunan dapat dimaksimalkan untuk mencapai pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT, di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta mlonggo Jepara berada pada kuadran I yang mengindikasikan bahwa produk non agunan (PRONA) dalam pembiayaan musyarakah KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Mlonggo Jepara memiliki peluang dan memungkinkan terus memperbesar pertumbuhan dan perkembangan produk. Namun dengan adanya beberapa kelemahan dan ancaman yang terdapat pada produk tersebut, dapat menjadikan sebuah masalah dengan tidak dimaksimalkan produk non agunan (PRONA) itu. Analisis SWOT produk pembiayaan musyarakah tanpa agunan di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Mlonggo Jepara menunjukkan kekuatan seperti tidak memerlukan agunan dan merupakan produk yang sudah dikenal, tetapi juga kelemahan seperti risiko pembiayaan yang tinggi dan persaingan pasar. Peluang meliputi inovasi produk dan peningkatan permintaan, sedangkan ancaman terdiri dari risiko gagal bayar dan persaingan dari produk lain. Analisis menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang tepat, investasi dalam teknologi, dan kemitraan strategis untuk meminimalkan kelemahan dan memaksimalkan potensi produk.

1.2 Saran

Melalui hasil penelitian ini untuk lebih mendetailkan hasil analisis SWOT yang dilakukan terhadap produk Non Agunan dalam pembiayaan musyarakah di KSPPS BMT Al Hikmah Semesta. Disarankan juga untuk menyertakan contoh konkret dari strategi pemasaran yang tepat, investasi dalam teknologi, dan kemitraan strategis dengan lembaga keuangan lain yang dapat dilakukan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang teridentifikasi. Lebih lanjut, disarankan untuk menyertakan data atau informasi yang mendukung potensi produk Non

Agunan dalam meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat dan memberikan manfaat kepada anggota pengguna produk Non Agunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Gunawan, Eka Febrianti, Dina Azfia Karima, Ahmad Dhia Iqbal, Eka Setiani, and Uin K. H. Abdurrahman. 2023. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Pt Goto Gojek Tokopedia Untuk Pertumbuhan Jangka Panjang Pasca Ipo." *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 3(3):49–59.
- Alfiani, Isza Fina, Minkhatul Maula, Reza Latifu Lu'lu'a, and Gunawan Aji. 2023. "Analisis Lingkungan Internal Dalam Pencapaian Tujuan Dan Penyusunan Strategi Perusahaan." *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi* 1(2):59–69.
- Almuarif, Almuarif. 2023. "Peran Perencanaan Strategis Dalam Organisasi." *Al-Marsus : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1(2):164.
- Atabik, Ahmad. 2013. "Analisis Historis Perkembangan Bank Syariah." *Iqtishadia* 6(2):357–78.
- Awaliya, Eva, Nindi Suhendri, Goharwin, Tiara, Sibarani, Nurul Wildani, Feby, Safa Zabrina, and Rizqi Anantia. 2023. "Analisis Lingkungan Bisnis Internal Dan Eksternal PT Nestle Indonesia INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK." *Juni* 4(2):1525–34.
- Aziz, Abdul. 2023. "Analisis Risiko Pembiayaan Musyarakah Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2(6):886–96.
- Cahyaningrum, Ditasari, Eka Wahyu Hestya Budiarto, and Nindi Dwi Tetria Dewi. 2023. "Jaminan/Agunan Pada Lembaga Keuangan Syariah Dan Konvensional: Studi Pustaka (Library Research) Dan Bibliometrik VOSviewer." *Zenodo* (November):1–34.
- Dian, Ike, and Oktavia Sari. 2023. "ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI BISNIS UD SEKAR JATI STAR JOMBANG." *Universitas Negeri Surabaya*.
- Djarmiko, Andreas Andrie. 2021. "Aktualisasi Prinsip 5C (Prinsip-Prinsip Lima) Pada Pelaksanaan Perjanjian Kredit Dengan Jaminan Hak Atas Tanah Belum Bersertifikat." *Yustitiabelen* 3(1):129–57.
- Ferdinand, Niki Rio, and Khusnudin Khusnudin. 1970. "FLEKSIBILITAS JAMINAN PEMBIAYAAN USAHA MIKRO PADA BMT AL-HIKMAH SEMESTA JAWA TIMUR." *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 9(2):106–16.
- Huddin Misba. 2021. "Volume 2, No, 1Februari 2021." *MANAJEMEN STRATEGI ANALISIS SWOT DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PADA BMT NU PUSAT GAPURA SUMENEP* Misba 2:94–111.
- Kurniasari, Shinta Amelia, and Risma Wira Bharata. 2020. "Penerapan Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Dana Barokah Muntilan." *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 4(2):181–95.
- Mashuri, Mashuri, and Dwi Nurjannah. 2020. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1(1):97–112.
- Mutiara, Putri Bintang. 2021. "Analisis Matriks Ifas Dan Efas Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid-19." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 14(2):363–71.
- Ningrum, Yunita Kusman, Rinda Tri Wahyuni, and Salasiah Salasiah. 2023. "Prosedur Pemberian Pembiayaan Tanpa Agunan Di BTPN Syariah Surabaya." *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 2(1):11–19.
- Nurbaedah, and Yudhy Machmud. 2021. "FUNGSI AGUNAN DALAM PERBANKAN SYARIAH DARI PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM (The Function of Collateral in Sharia Banking from The Perspective of Positive Law and Islamic Law)." *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law* 5(1):13–32.
- Ojk. 2008. "UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2008 TENTANG PERBANKAN SYARIAH." 49:69–73.
- Pangaribuan, Ferina Angela, Yance, and Ainun Mardhiyah. 2022. "Penerapan Analisis Swot Dalam Mengembangkan Usaha Industri Keripik." *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry* 1(1):11–22.
- Putra, I. Gusti Nyoman Alit Brahma. 2019. "Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9(2):397.
- Ridwansyah, Ridwansyah, Okta Supriyaningsih, and Dania Helin Amrina. 2021. "Peran Pembiayaan Terhadap Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (UMKM) Pada Era Covid-19 Di Provinsi Lampung."

- Jurnal Akuntansi Dan Pajak* 22(2):528. doi: 10.29040/jap.v22i2.3695.
- Safitri, Sri, Ahmad Fuadi, and Khairunnisa. 2008. "Efektivitas Pembiayaan Tanpa Agunan Menggunakan Akad Murabahah Pada Masa Pandemi COVID-19 Di BTPN Syariah Kecamatan Hinai." *Al-Ishlahiyah Binjai* 1(1):1-9.
- Sari, Dewita. 2020. "Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti." *Pragmatis* 1(1):7.
- Sundari, Indah Putri, Santa Destia Wati, Safina, and Dian Puji Puspita Sari. 2019. "Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Pada UKM Kerupuk Ikan Gabus Yuk Angkut." *Research In Accounting Journal* 1(3):376-81.
- Yusuf, Muhammad. 2012. "Analisis Penerapan Akuntansi Musyarakah Terhadap PSAK 106 Pada Bank Syariah XYusuf, M. (2012). Analisis Penerapan Akuntansi Musyarakah Terhadap PSAK 106 Pada Bank Syariah X. *Binus Business Review*, 3(1), 273. <https://doi.org/10.21512/Bbr.V3i1.1316>." *Binus Business Review* 3(1):273-85.