
PENGEMBANGAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH NON BANK PADA MASYARAKAT ISLAM

(Studi Kasus Pada BMT AN-NUUR)

ISTIQOMAH

Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesiae-

mail: istiq1859@gmail.com

Abstrak. Latar belakang penelitian ini adalah perkembangan lembaga keuangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan lembaga keuangan non perbankan syariah. Kami meningkatkan dan mengembangkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan menengah, mis. mempromosikan tabungan dan mendukung keuangan mereka. Dirancang untuk mendorong dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam. Lembaga keuangan syariah membangun jembatan antar pihak yang membutuhkan pembiayaan melalui produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Produk dan layanan ini memiliki karakteristik yang berbeda dari lembaga keuangan Islam dan dapat dibagi menjadi tiga bagian utama:

produk, transfer dana dan penyediaan layanan. Baitul maal Wal tamwil (BMT) merupakan pusat bisnis swasta terpadu yang kegiatannya bertujuan untuk mengembangkan usaha produktif dan berinvestasi dalam peningkatan kualitas kegiatan ekonomi syariah. Beberapa metode analisis juga digunakan dalam penelitian ini. Data yang diperoleh untuk penelitian ini bersifat deskriptif dan tujuan penelitian adalah kolaborator BMT An-Nuur dan tujuan penelitian adalah pengembangan lembaga keuangan non perbankan syariah BMT An-Nuur. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumen kemudian didiskusikan dengan menggunakan teknik editorial dan deskriptif. Kemudian menarik kesimpulan dalam analisis deskriptif kualitatif. Temuan dan Pembahasan Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Namun, UKM masih menghadapi kendala dalam pembiayaan dan pengembangan usahanya. Pada prinsipnya semua pejabat menjalankan tugasnya, kecuali satu departemen di BMT An-Nuur yaitu departemen Baitul Maal yang tidak aktif karena keterbatasan sumber daya manusia. Pada saat yang sama, pengaruh BMT adalah menyediakan dana untuk mendorong pertumbuhan ekonomi syariah.

Kata kunci: Pengembangan lembaga keuangan non perbankan syariah

Abstract. The background for this research is the development of financial institutions. This study aims to determine the development of non-bank Islamic financial institutions. Improving and developing the quality of the economic activities of small and medium entrepreneurs, among others, by encouraging saving activities and supporting their economy. Designed to promote and develop the application of Islamic principles. Islamic financial institutions build bridges between

parties who need funds through financial products and services that comply with Sharia law principles. These products and services have different characteristics from Islamic financial institutions and can be divided into three main parts, namely: products, distribute funds and provide services. Baitul maal wal tamwil (BMT) is an integrated private business center whose activities are aimed at developing productive businesses and investing in improving the quality of Islamic economic activities. Several analytical methods were also used in this study. The data obtained for this study are descriptive in nature and the research object is employees of BMT An-Nuur and the object of research is the development of Islamic non-bank financial institutions BMT An-Nuur. Data collection techniques using interviews and documents are then processed using editorial and description techniques. Then draw conclusions in a qualitative descriptive analysis. Results and Discussion Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a very important strategic role in the national economy. However, MSMEs still face obstacles in financing and developing their businesses. Basically all employees carry out their duties except for one section of BMT An-Nuur, namely the Baitul Maal section which is not actively functioning due to limited human resources. Meanwhile, the impact of BMT is to provide financing to encourage sharia economic growth.

Keywords: development of non-bank Islamic financial institutions

PENDAHULUAN

Pendahuluan Perbankan merupakan lembaga keuangan yang sangat penting bagi pembangunan suatu negara, khususnya negara berkembang seperti Indonesia, yang berbeda dengan strategi dan tugas perbankan sebagai lembaga yang bertugas menghimpun dana dan mentransfer dana kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebelumnya (Krisis,1998) dengan dana tambahan orang mendapatkan uang untuk orang yang membutuhkannya. Hal ini dilakukan untuk memudahkan mereka yang membutuhkan. Industri perbankan juga memberikan keleluasaan kepada masyarakat untuk memilih antara perbankan konvensional atau syariah, yang dapat menjadi pilihan untuk meminjam modal atau menginvestasikan dana dengan mengutamakan bunga (riba) (sapudin 2017).

Keberadaan BMT diharapkan dapat memberikan peluang bagi masyarakat menengah ke bawah untuk meminjam dana kepada usaha kecil atau menginvestasikan dananya. BMT juga memiliki sistem dan prosedur yang harus diikuti dalam melakukan investasi dan peminjaman dana, namun sistem dan prosedur yang dirumuskan oleh BMT tidak serumit sistem dan prosedur perbankan. Itu karena BMT didirikan untuk membantu kalangan menengah ke bawah mengumpulkan modal dan meminjamkan modal usaha (Nazir, 2011).

BMT AN-NUUR adalah BMT di JL. Simo Baru RT.21/01 Simo, Boyolali. BMT An-Nuur memiliki produk keuangan yaitu Musyarakah, Murabahah, Mudhrabah dan Qardul Hasan. Sebelum transaksi keuangan dapat dilakukan, harus dibuat kesepakatan, kedua belah pihak harus sepakat, kesepakatan tersebut disebutkan dalam akad keuangan, dan kedua belah pihak membiayai Musyarakah, Murabahah dan Qardul. Hasan, jadi mereka semua otomatis terikat dengan kesepakatan bersama. Namun, masih banyak nasabah yang bermasalah dengan pembiayaan atau tidak sesuai kesepakatan awal. Murabahah merupakan salah satu jenis pembiayaan yang paling sering digunakan oleh nasabah, sehingga proporsi pembiayaan tidak terstruktur lebih tinggi dibandingkan dengan akad pembiayaan lainnya.

Perkembangan BMT di Indonesia didukung oleh latar belakang BMT. Sebagian besar pelaku usaha BMT memiliki alasan peluang usaha dan keamanan serta pangsa pasar yang tinggi, sebagian kecil karena faktor genetik, sektor lain tidak memiliki peluang (Tambunan, 2009). BMT Indonesia memainkan peran yang sangat penting termasuk penciptaan lapangan kerja dan penciptaan nilai, (Kiminani, 2011)

Rumusan masalah yang dikemukakan oleh peneliti ini adalah perkembangan lembaga keuangan non perbankan syariah di masyarakat Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan kerangka pengembangan lembaga keuangan non-perbankan syariah. Kami meningkatkan dan mengembangkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan menengah, mis. mempromosikan tabungan dan mendukung keuangan mereka. Pertanyaan penelitian ini adalah perkembangan lembaga keuangan non perbankan syariah di masyarakat Islam. Tujuan penelitian ini adalah menyusun struktur pengembangan lembaga keuangan non perbankan syariah. Kami meningkatkan dan mengembangkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan menengah, mis. mempromosikan tabungan dan mendukung keuangan mereka.

METODE PENELITIAN

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Informasi dasar dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan responden. Responden dipilih untuk penelitian ini dengan menggunakan metodologi purposive sampling. (Muhadjir 1998).

Mengidentifikasi responden yang mumpuni dalam bidang yang diteliti dan memiliki pengalaman dalam organisasi BMT. Narasumber adalah direksi dan manajemen BMT An-nuuri. Selain itu, data sekunder dikumpulkan untuk melengkapi data primer melalui studi pustaka dan ketersediaan data serta laporan.

Analisis data adalah suatu proses dimana informasi dari hasil wawancara dan dokumen dicari dan disusun secara sistematis dengan menggunakan teknik pengolahan dan deskriptif (Nengsih, 2018). Catatan lapangan dan bahan lain untuk membantu pemahaman dan memberi tahu orang lain tentang pengamatan. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, membaginya ke dalam unit-unit, mensintesisnya, mengaturnya menjadi pola, memilih yang penting dan dapat diteliti, dan menarik kesimpulan yang dapat dibagikan dengan orang lain (Sodiq, 2018).

Analisis dilakukan secara deskriptif, bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan tepat fakta dan karakteristik populasi atau fenomena yang diteliti. Analisis data dilakukan setelah mendapatkan data dari penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menarik kesimpulan dan solusi atas permasalahan yang berkaitan dengan penciptaan nilai ekonomi dan kinerja perbankan

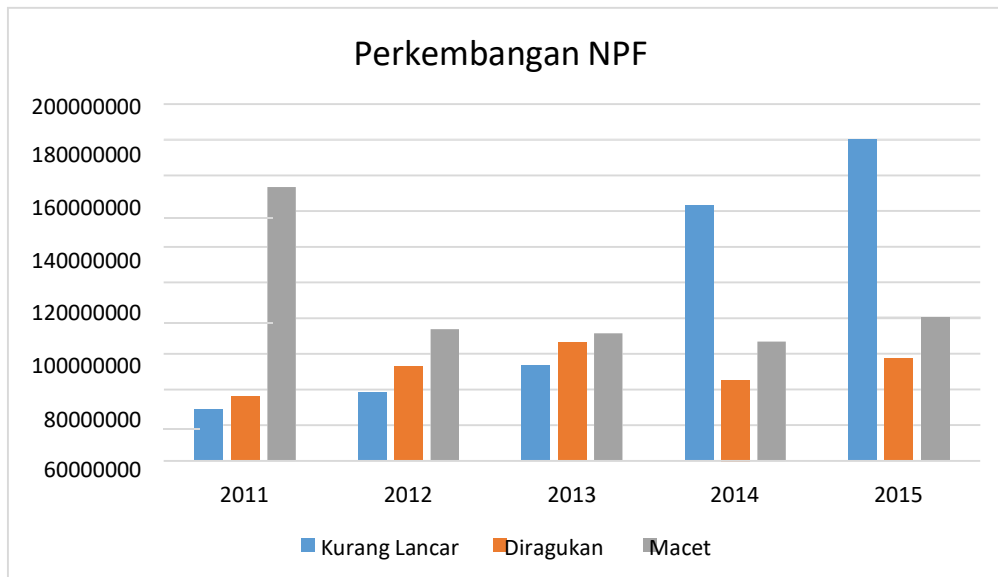
HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang bagaimana pengembangan Lembaga keuangan syariah non bank

Dalam perkembangan ekonomi ini, lembaga Keuangan Islam di luar bank telah tumbuh dan memanifestasikan dirinya dalam berbagai bentuk. Karena semuanya sudah ada, maka tulisan ini dibatasi pada empat bentuk, yaitu:

Asuransi Syariah, Baitul mal wa Tamwil (BMT), Koperasi Syariah dan Keuangan Syariah. Lembaga keuangan non perbankan syariah telah tumbuh dan mewujud dalam berbagai bentuk. Karena semuanya sudah ada, maka tulisan ini dibatasi pada empat bentuk, yaitu:

Asuransi Syariah, Baitul mal wa Tamwil (BMT), Koperasi Syariah dan Keuangan Syariah. Empat bentuk diberikan hanya sebagai contoh, banyak lainnya tidak dijelaskan. Bentuk apapun itu, mulai dari dasar hukum, prinsip yang digunakan, mekanisme tata kelola, akad yang digunakan, sistem yang diterapkan, produk yang diproduksi dan keuntungan yang dihasilkan berdasarkan hukum syariah. (syariah) dan demikianlah kaitannya. untuk lembaga keuangan perbedaan tradisional. Dalam perkembangannya, meskipun pangsa pasar industri perbankan dan keuangan syariah nasional belum mencapai tingkat yang diharapkan, namun telah mencapai posisi kesembilan dunia dalam skala aset keuangan syariah di Indonesia, dengan aset sekitar 35,6 miliar dolar AS (2013). Selain itu, Indonesia bersama UEA, Arab Saudi, Malaysia, dan Bahrain telah diakui dan diberikan penghargaan oleh dunia internasional karena saat ini memberikan pelajaran bagi perkembangan keuangan syariah ke seluruh dunia. regulasi terbaik untuk mempromosikan keuangan Islam Penghargaan Kelembagaan.



Gambar

Pengembangan lembaga keuangan non perbankan syariah

Produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah pada dasarnya dapat dibagi menjadi beberapa bagian utama, yaitu:

Produk untuk penggalangan dana, mengarahkan dana, dan menyediakan layanan.

1. Produk keuangan Dana

yang dihimpun oleh lembaga keuangan syariah dapat berupa giro, tabungan, dan deposito berjangka. Hubungan kontrak menentukan bentuk hubungan ekonomi atau transaksi antar pihak dalam sistem ekonomi Islam. Validitas limit tabungan dan deposito pada lembaga keuangan syariah didasarkan pada akad Wadi'ah dan Mudharabah.

2. Penyaluran Produk Pembiayaan (Pembiayaan)

Yayasan adalah pengaturan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada pihak yang membutuhkan dana dari pihak lain.

3. Layanan Produk (Layanan)

Model produk layanan lembaga keuangan syariah lainnya biasanya mengadopsi akad Tabarru, yang tujuannya bukan untuk mencari keuntungan tetapi untuk menyediakan layanan pengiriman uang kepada nasabah. Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah (bank) seperti pemasok hanyamembebankan biaya manajemen. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa bank formal dan lembaga keuangan lain yang beroperasi di pedesaan seringkali tidak menjangkau masyarakat.

menengah ke bawah. Ketidakmampuan ini diwujudkan terutama dalam asumsi risikodan biaya operasional, serta dalam mengidentifikasi operasi bisnis dan memantau penggunaan kredit bisnis yang tepat. Ketidakmampuan lembaga keuangan ini menjadi penyebab kekosongan pasar keuangan pedesaan. Akibatnya, 70-90 persen dari posisi tersebut diisi oleh lembaga keuangan informal dengan tingkat bunga yang sangat tinggi. Mengatasi kasus-kasus tersebut membutuhkan lembaga yang bisa menjadi jalan tengah. Ini dicapai dengan memperluas kegiatan lembaga keuangan nirlaba Baitul Maal wat Tamwil. Setelah memahami pengertian di atas, telah diberikan berbagai penjelasan tentang apa itu BMT, namun jika kita lihat beberapa ciri BMT menjadi lebih jelas. Fitur utamanya adalah:

Berorientasi bisnis, saling menguntungkan, bukan lembaga sosial, tetapi dapat digunakan untuk meningkatkan penggunaan zakat, infak, dan shadaqah antara dan berdasarkan partisipasi masyarakat setempat yang tergolong komunitas kolektif, tidak secara langsung oleh individu.

Baitul maal wat tamwil (BMT) merupakan pusat usaha mandiri terpadu yang bergerak di bidang pengembangan produk dan usaha investasi, peningkatan kualitas kegiatan keuangan usaha kecil dan menengah dengan menggalakkan kegiatan tabungan dan mendukung pembiayaan UKM. kegiatan ekonominya. Selain itu, Baitul Maal Wat Tamwil juga dapat menerima titipan zakat, infak dan sedekah serta menyalurkannya sesuai dengan ketentuan dan amanat

BMT mengutamakan nilai-nilai kerohanian, persatuan, kemandirian dan keharmonisan dalam berbisnis di kehidupan nyata. Oleh karena itu, BMT mengikuti prinsip-prinsip berikut:

Iman dan Taqwa kepada Allah SWT. Menerapkan prinsip-prinsip Islam Syariah dan Muamalah dalam kehidupan nyata, integrasi (kaffah), di mana nilai-nilai spiritual berperan, mereka membimbing dan mempromosikan moralitas dan etika yang dinamis, proaktif, progresif, adil dan berkeadilan, kekeluargaan (kerjasama), Persatuan adalah kemandirian, profesionalitas dan istiqomah, konsistensi, kesinambungan/ketekunan yang tidak pernah putus, tidak pernah putus asa.

Ketika Anda telah mencapai suatu tahap, lanjutkan ke tahap berikutnya hanya dengan kehendak Allah.

ANALISIS SWOT

<p style="text-align: center;">SWOT</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. SDM yang terampil dan terlatih 3. Keunggulan produk 4. Pengurus BMT yang amanah 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang sosialisasi kepada Masyarakat 2. Kurangnya promosi 3. Permasalahan keterbatasan jaringan mitra usaha 4. Kurangnya anggota sebagai marketing
<p style="text-align: center;">Kesempatan (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi BMT dekat Pasar. 2. Penduduk Simo yang mayoritasnya adalah muslim. 3. Kepercayaan masyarakat kepada BMT. 4. Kesadaran masyarakat tentang pengembangan bisnis UMKM. 	<p style="text-align: center;">Tantangan (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya persaingan dengan lembaga keuangan lain. 2. Banyaknya rentenir 3. Permodalan BMT yang blm kuat. 4. Biaya teknologi cukup mahal. 	<p style="text-align: center;">(SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terus meningkatkan kualitas ekonomi. 2. Menjalin hubungan baik dengan mitra 3. Terus berusaha amanah dalam perbuatan. 4. Meningkatkan pemasaran produk retail pada pasar baru.
<p style="text-align: center;">(WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi operasional dan mobilisasi dana masyarakat. 2. Pembukaan Unit-unit kerja pelayanan baru. 3. Peningkatan kualitas layanan petugas marketing. 	<p style="text-align: center;">(ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus Bisnis kepada segemen retail. 2. Menerapkan iat pemasaran jemput bola dengan memanfaatkan jaringan yang ada. 3. Kerjasama BMT 	<p style="text-align: center;">(WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Segera mengatasi teknis dalam pengoperasian computer. 2. Pengembangan jaringan kerja pelayanan baru.

<p>4. Peningkatan layanan teknologi.</p>	<p>dengan BANK dan BPRS. 4. Terus menjalin amanah dalam kegiatan BMT.</p>	<p>3. Memaksimalkan dana dalam pembiayaan. 4. Terus berusaha memberi pemahaman syariah kepada mitra.</p>
------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. Strength (Kekuatan)

Kekuatan adalah keadaan kekuatan yang terkandung dalam industri atau konsep bisnis yang ada. Perbankan syariah memiliki karakteristik yang membuatnya dibandingkan dengan perbankan konvensional, yaitu kuatnya transfer perbankan syariah di Indonesia untuk memperluas pangsa pasar perbankan syariah. Yang meliputi:

a. Lokasi kantor strategis

Saat mengembangkan perusahaan, seseorang harus memperhatikan pilihan lokasi yang strategis. Tujuannya agar mudah dikenali dan diakses oleh masyarakat (nasabah) atau calon member. BMT AN-NUR memiliki kantor strategis JL. Simo Baru RT.21/01 Simo, Boyolali 57377. Lokasi BMT An-Nur sangat strategis dengan akses yang mudah dijangkau masyarakat non-BMT di sepanjang jalan raya. BMT An-Nur membuka 2 Jerukmanis Rt. 06 Rw. 02 Gloggong, Nogosari.

b. keunggulan produk

Produk-produk yang dimiliki BMT dan ditawarkan oleh BMT An-Nur Simon mampu memenuhi kebutuhan anggota dan pelanggan, seperti anggota BMT pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Dengan demikian, produk BMT memiliki keunggulan karena BMT menerapkan prinsip syariah dan bagi hasil bertujuan untuk menjauhkan perdagangan dan riba.

c. Administrasi Amanah

Pengelola BMT adalah pengelola yang terpercaya, artinya tidak merasa sebagai bos dan menjalankan tugasnya dengan baik meskipun hanya melayani usaha kecil. Dukungan dan kerjasama dengan BUS seperti BTN Syariah, Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri dan Bank DKI Syariah serta BPRS Wakalumi dan BPRS Al-Hikmah. Kerjasama ini dapat berupa subsidi atau pengalihan subsidi kepada BMT. Kerja sama ini memperluas cakupan pendanaan dan permodalan BMT.

2. Weaknesses (W)

Kelemahan adalah keadaan kelemahan dalam organisasi, perusahaan atau konsep bisnis yang ada. Kantor BMT An-Nur memiliki kelemahan sebagai berikut:

a. Kurangnya hubungan masyarakat

Sosialisasi di masyarakat sekitar BMT An-Nur Simo Baru dirasa kurang, membuat banyak orang berpikir atau menganggap bahwa tidak ada perbedaan antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional, hanya disebut dengan syariah dan kata. interest diganti dengan kata replace interest. Bagi hasil, masyarakat Simo belum mengetahui sistemnya, bagi hasil yang ditawarkan oleh BMT An-Nur Simo yang baru karena masyarakat belum teredukasi.

b. Iklan tidak ada

Promosi BMT An-Nur Simon dinilai masih belum lengkap. Banyak masyarakat Simo baru yang belum mengetahui keberadaan layanan BMT To-Only dan masih banyak masyarakat yang belum memahami akses layanan BMT To-Only baru. Padahal, aspek finansial menjadi kendala utama dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran dan periklanan, karena minimnya anggaran periklanan sendiri membuat promosi yang dilakukan oleh BMT An-Nur melemah.

c. Batasan Jaringan untuk Mitra Bisnis

Jaringan mitra usaha baru BMT An-Nur dengan lembaga keuangan lainnya masih terbatas. Pada tahun 2013, BMT An-Nuri memiliki mitra usaha yaitu Bank Mandiri yang berkedudukan di Simo Baru. Ke depan, BMT An-Nuri berharap jaringan atau mitra bisnis bank dan non bank lebih luas.

D. Kurangnya Keanggotaan sebagai Marketin

Sedangkan kendala dalam strategi pemasaran adalah cuaca yang tidak menentu, pesaing dan kurangnya pemahaman pemasaran terhadap produk yang mereka tawarkan kepada masyarakat dan calon anggota baru.

3. Opportunities (O)

Peluang merupakan prasyarat bagi peluang yang akan berkembang dan kemungkinan akan terjadi di masa depan. Kantor BMT An-Nur memiliki pilihan yang saat ini dapat dihubungi sebagai berikut:

a. Lokasi BMT berada di dekat kawasan Pasar Baru

Lokasi BMT An-Nur Simo Baru strategis sangat dekat dengan POLRES dan bersebelahan dengan pasar baru atau lebih tepatnya jalan penghubung antara POLRES Simo baru dengan pasar Simo baru. Jarak antara BMT An-Nur dengan pasar baru kurang lebih 1 menit (500 m). Jarak yang relatif dekat ini menjadi pilihan dan peluang bagi pengelola BMT untuk datang ke BMT An-Nur Simo Baru untuk menawarkan produk BMT (produk simpanan dan keuangan) kepada pedagang kecil di pasar baru, dimana pengelola BMT membutuhkan waktu untuk beroperasi. cukup efektif.

b. Mayoritas penduduk Simon beragama Islam

Jumlah penduduk ini dapat dijadikan lahan potensial yang dapat dijadikan sasaran pengembangan BMT An-Nur Simo Baru sekaligus sebagai pangsa pasar. Kemampuan penduduk muslim tidak hanya menjadi objek pasar, tetapi juga dapat dijadikan sebagai

objek Islamisasi keuangan (lembaga keuangan syariah), sehingga semakin banyak masyarakat yang mengetahui ekonomi Islam dan semakin banyak masyarakat yang menjadi nasabah. Anggota baru BMT An-Nur simo.

c. Kepercayaan Masyarakat terhadap BMT

Banyak anggota masyarakat Simo baru, kelas ekonomi menengah ke bawah, menggunakan layanan BMT. Beberapa individu ini menjadi klien dan beberapa meminjam modal usaha (produk keuangan) dari BMT. Hal ini dikarenakan masyarakat Simo yang baru percaya bahwa menabung atau meminjam di BMT karena prosesnya sederhana, cepat dan menggunakan bagi hasil, sehingga tidak ada riba.

d. Kesadaran masyarakat terhadap pengembangan usaha UMKM

Masyarakat Simo Baru didominasi oleh masyarakat yang bekerja sebagai pedagang. Sesuai dengan kondisi keuangan masyarakat, BMT An-Nur tentunya berpeluang untuk menawarkan produknya kepada masyarakat, seperti menawarkan produk keuangan dan produk tabungan. Tujuannya untuk menambah modal wirausaha dalam kaitannya dengan pengembangan usaha dan agar masyarakat lebih rajin menabung.

4. Treats (T)

Keperawatan adalah kondisi yang mengancam baik secara eksternal maupun internal.

Kantor BMT An-Nur memiliki ancaman sebagai berikut:

a. Banyak persaingan dengan lembaga keuangan lainnya

Dengan adanya modernisasi, semakin banyak ditemukan lembaga keuangan di Kabupaten Boyolali. Hal ini merupakan salah satu tantangan BMT, meskipun banyak lembaga keuangan lainnya, BMT harus mampu bersaing dengan lembaga keuangan khususnya lembaga keuangan mikro, artinya BMT harus lebih sering mengadakan kegiatan sosial daripada pelatihan dan menawarkan berbagai produk BMT kepada masyarakat. hadirin

b. sejumlah rentenir

Sampai saat ini masih banyak rentenir dan kelompok Batak yang menawarkan kredit kepada masyarakat yang membutuhkan pinjaman uang. Rentenir cukup menarik dalam strategi kerjanya bagi orang yang ingin meminjam uang dari mereka. Pemberi pinjaman uang menawarkan pinjaman uang yang mudah dan sederhana kepada orang-orang yang membutuhkan uang, di mana mereka akhirnya menetapkan tingkat bunga yang tinggi.

c. Belum ada modal BMT yang kuat

Kekuatan modal BMT An-Nuri masih belum kuat, saat ini modal BMT BUS hanya 50.000.000, sehingga tidak dapat mendukung perluasan pasar Simo Baru. Hal ini disebabkan usia BMT An-Nuri yang masih muda dibandingkan perbankan tradisional. Dengan permodalan yang kuat diharapkan kedepannya BMT An-Nur Simo Baru mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya seperti tradisional dan non bank yang ada di wilayah Simo Baru.

d. Biaya teknologi cukup mahal

Harga teknologi tersebut cukup tinggi, sehingga tidak memungkinkan untuk memperluas dan mengembangkan sistem lain secara optimal selain sistem informasi akuntansi yang saat ini digunakan oleh BMT.

5. Usaha dalam Melaksanakan Kekuatan (S-O)

Dengan strategi S-O (Strengths-Opportunities), kekuatan internal perusahaan digunakan untuk peluang di luar perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki banyak kelemahan, berarti perusahaan tersebut harus mengatasi kelemahan tersebut untuk menjadi kuat. Kantor BMT An-Nur memiliki strategi internal sebagai berikut:

a. Peningkatan kualitas keuangan lebih lanjut

BMT berperan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat menengah ke bawah atau masyarakat kecil. Oleh karena itu, BMT An-Nuri memiliki kegiatan sosial untuk mendukung perekonomian masyarakat, yang dapat berupa: Pengumpulan modal, distribusi uang dan layanan.

b. Menjalin hubungan baik dengan mitra

Jika Anda sedang membangun bisnis, setidaknya Anda bisa melakukannya sendiri. Untuk mengembangkan bisnis BMT An-Nur diperlukan kerjasama dengan berbagai ahli di bidangnya. Bekerja dengan mitra adalah salah satu cara paling efektif untuk membangun jaringan yang kuat. Membangun hubungan yang harmonis dengan mitra usaha BMT An-Nur, menunjukkan kepercayaan, memberikan penawaran yang menarik kepada mitra dan saling mendukung.

c. Teruskan upaya Anda untuk dapat diandalkan dalam segala hal yang berkaitan dengan kejahatan

Amanah berarti kepercayaan, kesetiaan, integritas dan kejujuran. Dalam menjalankan bisnis BMT An-Nur harus memiliki anggota yang handal. Perintah yang harus dipenuhi setiap orang adalah hak-hak Allah SWT seperti shalat, zakat, puasa, sedekah untuk dan untuk orang lain.

d. Meningkatkan pemasaran produk ritel di pasar baru

Pemasaran pada dasarnya adalah serangkaian proses dimana barang dan jasa yang diproduksi oleh produsen dipasarkan kepada masyarakat pada umumnya dan kepada pelanggan potensial pada khususnya. Namun, dalam arti pasar, yaitu sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli yang saling melakukan jual beli. Dalam rangka meningkatkan pemasaran produk ritel pada pasar baru di BMT An-Nuri diperlukan strategi yaitu:

memperluas pasar sasaran, membuat pelanggan puas dan senang, mengoptimalkan komunikasi pemasaran, menawarkan jaminan produk, meningkatkan kualitas produk, memupuk dan membina pelanggan tetap dan lain-lain.

6. Usaha dalam meminimalisasi kelemahan (W-O)

Strategi WO (weaknesses-opportunities) Tujuan dari strategi ini adalah untuk meminimalkan kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Kantor BMT An-Nur memiliki strategi eksternal sebagai berikut:

- a. Efisiensi operasional penggunaan dana Masyarakat
adalah lembaga pemerintah yang bergerak di bidang keuangan yang melaksanakan dan mengatur kegiatannya, bertujuan untuk mengelola perekonomian, menjamin kepuasan pelanggan dan mendukung pembangunan perekonomian negara. Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas meliputi permodalan, kualitas pinjaman yang diberikan dan pembayaran kembali, diversifikasi antar bank, efektivitas BMT An-Nur dalam mengurangi biaya operasional dan non operasional, dan mobilisasi dana masyarakat untuk mencari sumber pembiayaan murah.
- b. Pembukaan unit layanan baru
Unit kerja adalah istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan bagian dari proyek tertentu yang harus diselesaikan. Penggunaan dan nama masing-masing departemen memudahkan pembagian tugas kerja dalam bisnis BMT An-Nur. Dan unit-unit kerja yang baru harus bekerja sama untuk membentuk satu kesatuan yang utuh.
- c. Meningkatkan kualitas pelayanan manajer pemasaran
Dalam bisnis BMT An-Nur diperlukan jasa manajemen pemasaran yang berkualitas. Strateginya adalah: Kenali pelanggan Anda karena pelanggan adalah raja, anggapan itu benar, raja sangat senang bila dilayani dengan baik, dia memilih lokasi yang strategis, menggunakan pemasaran Internet, menjalankan promosi dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. D. Peningkatan Layanan Teknologi Digitalisasi layanan merupakan penerapan teknologi informasi yang bertujuan agar BMT dapat memenuhi dan merespon berbagai kebutuhan layanan keuangan anggota. Oleh karena itu, BMT An-Nur perlu meningkatkan layanan teknologi.

7. Usaha untuk Menghadapi Tantangan (S-T)

Strategi ST (Strengths Threats) Dengan strategi ini, perusahaan berusaha menghindari atau mengurangi pengaruh ancaman eksternal. Kantor BMT An-Nur dipengaruhi oleh ancaman eksternal sebagai berikut:

- a. Bisnis berfokus pada segmen ritel
Perusahaan dagang BMT An-Nur berfokus pada segmentasi pasar, salah satunya dengan meningkatkan strategi pemasaran yang terencana dan fokus serta menggunakan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien.
- b. Terapkan strategi pemasaran takeaway dengan memanfaatkan jaringan yang ada
Mengambil bola adalah upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan tujuan mendekatkan layanan dan mempercepat layanan manajemen kependudukan. Layanan ini dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat seperti pinggir kota atau desa. Sistem jemput bola ini merupakan strategi dimana BMT An-Nur sebagai penyedia jasa/penjual produk secara aktif melakukan kegiatan pemasaran dengan menghubungi calon konsumen secara individu dan menggunakan teknologi yang dimiliki BMT An-Nur.

- c. Melalui kerjasama BMT dengan BANK dan BPRS dapat dikembangkan untuk menambah modal usaha.
- d. Pengelolaan kepercayaan harus dijaga, yang dapat menjadi salah satu ciri BMT untuk bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

8. Kelemahan untuk Menghadapi Tantangan (W-T)

Strategi WT (Weaknesses Threats) Strategi ini merupakan taktik bertahan hidup dengan mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman. Perusahaan yang dihadapkan pada berbagai kelemahan internal dan ancaman eksternal memang berada dalam posisi yang berbahaya. Kantor BMT An-Nur memiliki kecacatan internal dan terhindar dari ancaman sebagai berikut:

- a. Segera cari tahu fitur teknis penggunaan komputer
Pengembangan teknis juga dilakukan di BMT. Beberapa BMT di Indonesia menggunakan teknologi terbaru dalam bisnis mereka. Bahkan, ada beberapa BMT yang teknologinya hampir mirip dengan teknologi perbankan, seperti B. pembayaran internet, transaksi digital dan penggunaan software khusus. Mengatasi teknologi komputer ini sangat penting bagi perusahaan BMT.
- b. Pengembangan jaringan layanan baru
Mengembangkan kerja sektor riil dan jaringan bisnis BMT dan mitranya menjadi koloni semut raksasa yang dapat meningkatkan kekuatan ekonomi masyarakat Indonesia.
- c. Terus berusaha menanamkan pemahaman Syariah kepada mitra untuk mencapai tujuan bisnis yang paling utama. Bisnis syariah adalah kegiatan yang bertindak atau menjalankan perekonomian sesuai dengan prinsip syariah. Arti lainnya dari akad syariah adalah akad menurut hukum Islam.
- d. Memaksimalkan dana yang tersedia dalam pembiayaan. Dengan modal pun, asalkan kontinyu dan terarah, Anda tetap bisa memiliki pasar tertentu untuk menjangkau mitra.

KESIMPULAN

Dalam perkembangan ekonomi tersebut, lembaga keuangan syariah non bank telah tumbuh dan terwujud dalam berbagai bentuk. Karena semuanya sudah ada, pasal ini akan membatasinya menjadi empat bentuk, yaitu Asuransi Syariah, Baitul mal wa tamwil (BMT), Koperasi Syariah, dan Pembiayaan Syariah.

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang menjembatani kesenjangan antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang memiliki kelebihan dana melalui produk dan layanan keuangan syariah yang berbeda dengan lembaga keuangan konvensional. Tujuan didirikannya lembaga keuangan syariah adalah untuk memajukan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip hukum syariah. Produk yang ditawarkan lembaga keuangan syariah pada dasarnya dapat dibagi menjadi tiga segmen utama, yaitu:

Penggalangan dana, distribusi uang dan penawaran layanan. Baitul maal wat tamwil (BMT) adalah pusat bisnis mandiri terintegrasi yang bergerak di bidang pengembangan produk dan investasi bisnis untuk meningkatkan kualitas kegiatan keuangan UKM dengan memfasilitasi kegiatan tabungan dan mendukung pembiayaan UKM. kegiatan ekonominya.

SARAN

Peneliti menyarankan agar lembaga keuangan syariah non bank memberikan wawasan atau pengetahuan kepada masyarakat muslim khususnya para pebisnis dengan cara menegosiasikan perbedaan suku bunga dan bagi hasil dengan bank.

Dan peneliti Disarankan untuk lebih memperkuat faktor promosi dan pelayanan lembaga keuangan syariah non bank, sehingga minat pelaku usaha terhadap lembaga keuangan syariah khususnya untuk pengembangan usaha juga semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Rusydiana, AS, & Firmansyah, I. (2018). Strategi Indonesia Mengembangkan Lembaga Keuangan Mikro Syariah: Pendekatan Matriks Ifas Efas. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 46-74.
- F. Amri (2014). Isu UMKM: Strategi dan Kebijakan. *TCuraCism Journal of Economics and Education* ISSN, 2407, 4268.
- Fitria, T. N. (2016). Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(03).
- Fitria, T. N. (2015). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02).
- Nelly, R., & Soemitra, A. (2022). Studi literatur tentang isu-isu umum lembaga keuangan non bank syariah di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(4), 700-710.
- Jameel, F. (2016). Pengembangan dan inovasi produk lembaga keuangan syariah di Indonesia (penelitian transaksi berbasis syariah dan hukum positif). *Koordinat: Jurnal Komunikasi Perguruan Tinggi Islam*, 15(2), 147-164.

Irawan, M. (2018). Ekonomi Islam, Politik Hukum dalam Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia. *Jurnal Media Hukum*, 25(1), 10-21.

Ahmad Salman (2011:221). Analysis Of Mudharabah and A New Approach to Equaty: *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.

Sodiq, A. (2018). Analisis Swot Perkembangan Perbankan Syariahdi Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1).

Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Muhadjir, N. (1998). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Ke-3*. Yogyakarta: Rake Sarasin.

Wilardjo, S. B. (2005). pengertian, peranan dan perkembangan bank syari'ah Di Indonesia. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 2(1).

Sapudin, A., Najib, M., & Djohar, S. (2017). Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada BMT Tawfin Jakarta). *Al-Muzara'ah*, 5(1), 21-36.

Irmawati, S., Damelia, D., & Puspita, D. W. (2013). Model inklusi keuangan pada UMKM berbasis pedesaan. *JEJAK*, 6(2).

Wajdi, M. F., & Setyawan, A. A. (2016). Analisis Strategi Pengembangan Pada Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Amal Mulia Suruh Kabupaten Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Rasyid, A. (2018). Perkembangan Lembaga Perbankan dan Keuangan Syariah di Indonesia. *Business-law. binus. ac. id*.

Nengsih, I., & Iska, S. (2018). *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank*.

Sapudin, A., Najib, M., & Djohar, S. (2017). Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada BMT Tawfin Jakarta). *Al-Muzara'ah*, 5(1), 21-36.

Dr. Tulus T.H Tambunan, 2009, *UMKN di INDONESIA*, Ghalia Indonesia, Bogor.