

ANALISIS STRATEGI BMT AL-HIJRAH DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN ANTAR LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DI KOTA BUKITTINGGI

Sonia May Rilla¹⁾, Sandra Dewi²⁾, Zulhelmi³⁾, Rahmi⁴⁾

soniamayrila@gmail.com¹⁾, sandradewi@uinbukittinggi.ac.id²⁾,
zulhelmiainbkt@gmail.com³⁾, rahmi@uinbukittinggi.ac.id⁴⁾

^{1),2),3),4)} Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh keberadaan berbagai lembaga keuangan syariah di sekitar BMT Al-Hijrah Bukittinggi yang menunjukkan tingginya tingkat persaingan antar lembaga tersebut. Oleh karena itu, BMT Al-Hijrah Bukittinggi perlu mengimplementasikan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan syariah lain di Kota Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Informan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan, serta nasabah BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk analisis data, penelitian ini menerapkan analisis SWOT, Matriks IFE dan EFE, Matriks SWOT, serta tabel bobot skor. Berdasarkan hasil analisis pada Matriks SWOT, terdapat empat strategi utama yang diterapkan oleh BMT Al-Hijrah dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah di Bukittinggi, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Hasil Total Bobot Skor Pada Matriks SWOT menunjukkan bahwa strategi SO mempunyai nilai tertinggi yaitu sebesar 3.90, strategi ST 3,75, strategi WO 3,30, dan strategi WT 3,15. Hasil penelitian yang didapatkan dari analisis strategi BMT Al-Hijrah dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah di Kota Bukittinggi, yaitu dengan menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada (SO) yaitu Menggunakan keunggulan margin rendah untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk baru dengan harga kompetitif, Memanfaatkan keunggulan proses pemberian pinjaman relatif cepat untuk memperluas pasar dan menarik sumber modal baru, Memanfaatkan keunggulan penerapan strategi jemput bola untuk mengoptimalkan penetrasi pasar di kalangan muslim dan Memaksimalkan pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan untuk mengoptimalkan masukan dan saran dari masyarakat.

Kata Kunci: Strategi BMT, Persaingan Keuangan Syariah, SWOT.

ABSTRACT

This study is based on the existence of various Islamic financial institutions around BMT Al-Hijrah Bukittinggi which shows the high level of competition between these institutions. Therefore, BMT Al-Hijrah Bukittinggi needs to implement the right strategy in facing competition with other Islamic financial institutions in Bukittinggi City. This study uses a field research method with a qualitative approach. The informants who are the source of data in

this study are the leaders, employees, and customers of BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Data collection techniques used include observation, interviews, and documentation. As for data analysis, this study applies SWOT analysis, IFE and EFE Matrix, SWOT Matrix, and score weight table. Based on the results of the analysis on the SWOT Matrix, there are four main strategies implemented by BMT Al-Hijrah in facing competition between Islamic financial institutions in Bukittinggi, namely the SO, WO, ST, and WT strategies. The Total Score Weight Results in the SWOT Matrix show that the SO strategy has the highest value of 3.90, ST strategy 3.75, WO strategy 3.30, and WT strategy 3.15. The results of the study obtained from the analysis of BMT Al-Hijrah's strategy in facing competition between Islamic financial institutions in Bukittinggi City, namely by using strengths and taking advantage of existing opportunities (SO) namely Using low margin advantages to support the development and marketing of new products at competitive prices, Utilizing the advantages of a relatively fast lending process to expand the market and attract new sources of capital, Utilizing the advantages of implementing a ball-picking strategy to optimize market penetration among Muslims and Maximizing closer and family-like services to optimize input and suggestions from the community.

Keywords: *BMT Strategy, Islamic Financial Competition, SWOT.*

PENDAHULUAN

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi di Indonesia dengan menerapkan prinsip-prinsip keuangan syariah. Lembaga ini mengemban dua peran utama secara terpadu, yaitu peran sosial (*maal*) dan peran komersial (*tamwil*). Fungsi Baitul Maal dijalankan dengan menghimpun dana sosial secara rutin, sedangkan Baitul Tamwil berperan dalam mengelola simpanan masyarakat dan menyalurkannya sebagai pembiayaan bagi usaha mikro melalui prinsip jual beli, bagi hasil, dan layanan keuangan lain yang sesuai dengan syariat Islam. Namun, implementasi konsep Baitul Maal di banyak BMT masih belum optimal. Hal ini disebabkan oleh ketimpangan antara banyaknya masyarakat miskin yang membutuhkan bantuan dan minimnya partisipasi dari kalangan kaya dalam menyalurkan zakat, infak, maupun sedekah. Meskipun demikian, BMT memiliki potensi signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui akumulasi dan distribusi dana untuk kepentingan sosial serta kegiatan usaha yang produktif. Pada mulanya, BMT memiliki fokus utama pada kegiatan penghimpunan zakat. Namun demikian, seiring dengan perkembangan waktu, fungsinya mengalami perluasan menjadi lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dengan tujuan utama mendukung pertumbuhan usaha mikro dan kecil. Upaya ini dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan, martabat, serta membela kepentingan masyarakat miskin. Popularitas BMT turut meningkat seiring

tumbuhnya kesadaran masyarakat Muslim di Indonesia akan pentingnya model ekonomi alternatif yang mampu menopang perkembangan sektor usaha kecil dan mikro (Tanjung & Novizas, 2021).

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) di Indonesia telah menunjukkan kemajuan signifikan, baik dalam jumlah lembaga maupun luas wilayah operasinya. BMT kini hadir di berbagai daerah, mulai dari kawasan perkotaan hingga pedesaan, dan telah menjadi komponen penting dalam sistem keuangan mikro nasional. Pertumbuhan ini didukung oleh regulasi yang semakin kondusif serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keuangan syariah. Meskipun demikian, BMT masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti persaingan dengan lembaga keuangan syariah lainnya maupun lembaga keuangan konvensional. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pemahaman dalam hal manajemen risiko serta upaya berkelanjutan untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat, khususnya terkait peran dan fungsi BMT (Mustaqim dkk, 2024).

Lembaga Keuangan Syariah merupakan institusi finansial yang beroperasi dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam. Lembaga ini berfungsi sebagai badan usaha dalam sektor keuangan yang bertujuan utama untuk mengimplementasikan ajaran Allah dalam bidang ekonomi dan muamalah, serta menghindarkan umat Islam dari praktik yang bertentangan dengan syariat. Pada masa kini, Lembaga Keuangan Syariah terbagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu lembaga perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah non-perbankan. Salah satu bentuk dari lembaga non-perbankan syariah adalah *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) Syariah. Baik lembaga perbankan maupun non-perbankan syariah memiliki peran yang signifikan dalam kegiatan perekonomian. Bank dan lembaga keuangan non-bank berperan strategis sebagai media untuk menghimpun serta menyalurkan dana masyarakat secara optimal, sehingga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Yuli & Herlina, 2020).

Seiring berkembangnya berbagai lembaga keuangan syariah seperti bank syariah, koperasi syariah, dan perusahaan pembiayaan berbasis syariah lainnya, BMT menghadapi tantangan persaingan yang semakin kompleks. Untuk dapat bersaing, BMT perlu menarik minat nasabah, menghadirkan produk yang inovatif, serta memberikan layanan yang optimal. Persaingan ini menjadi tantangan utama bagi BMT, terutama karena adanya keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, serta keterbatasan dalam aspek

teknologi. Dalam kondisi ini, penting bagi BMT untuk menerapkan strategi yang efektif agar mampu bertahan dan berkembang di tengah ketatnya kompetisi. Strategi yang tepat tidak hanya akan meningkatkan daya saing, tetapi juga memperkuat peran BMT dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. BMT Al-Hijrah, misalnya, dapat menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memperkuat manajemen usaha koperasi, serta melakukan edukasi kepada masyarakat melalui kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan tokoh agama. Dengan langkah-langkah tersebut, BMT Al-Hijrah dapat memperluas jangkauan pengaruhnya, meningkatkan mutu pelayanan, serta menumbuhkan pemahaman masyarakat terhadap sistem keuangan syariah, sehingga posisinya dalam ekosistem keuangan syariah di Indonesia semakin kokoh (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019).

Strategi bisnis berperan sebagai pedoman dalam meraih tujuan jangka panjang suatu usaha, sehingga perusahaan dapat tetap kompetitif dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan. Untuk tetap eksis di pasar, perusahaan harus berupaya maksimal melalui berbagai cara agar lebih unggul dari para pesaing, seperti dengan meningkatkan mutu produk yang sudah ada maupun produk baru, menghadirkan produk yang efisien guna menekan biaya produksi, atau menciptakan produk yang sederhana namun tetap menerima tanggapan baik dari masyarakat. Dengan demikian, dalam menghadapi persaingan, setiap lembaga keuangan syariah perlu memiliki strategi bisnis yang tepat dan sesuai dengan kondisi terkini agar mampu mengembangkan usahanya dan tidak tertinggal dari lembaga keuangan syariah lainnya (Pipit Mulyah dkk, 2020).

Melihat dari persaingan yang begitu ketat antara BMT dan Lembaga keuangan syariah, disini BMT yang menarik diteliti yaitu BMT Al-Hijrah bukittinggi. BMT Al-Hijrah berdiri pada tanggal 31 januari 2006, BMT Al-Hijrah ini sekarang terletak di jalan Pemuda No.33, Aur Tajungkang, Tangah Sawah, Kecamatan Guguk Panjang, kota Bukittinggi, Sumatra Barat. Produk yang terdapat di BMT Al-Hijrah adalah Produk simpan dan pinjam. Produk simpan terdiri dari yaitu saham, Tabungan haji, deposito, tabungan anak sekolah dan tabungan untuk orang miskin berupa zakat. Sedangkan produk pinjam terdiri dari yaitu investasi, perdagangan, pinjaman untuk anak sekolah dan lainnya. Marjin pembiayaan di BMT Al-Hijrah Bukittinggi yaitu 2%, 1,5%, dan 1% perbulan.

Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan di BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Menurut Bapak H. Damuar, S.Sos selaku Pimpinan, menjelaskan bahwa tantangan yang

dihadapi BMT Al-Hijrah dalam menghadapi persaingan antar Lembaga keuangan syariah di Kota Bukittinggi beragam permasalahan. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi adalah minimnya modal yang dimiliki. Di tengah persaingan yang semakin ketat, BMT Al-Hijrah masih tertinggal dalam hal permodalan dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang sudah memiliki modal besar. Keterbatasan ini berdampak pada kemampuan BMT Al-Hijrah untuk beroperasi secara optimal. Masalah modal yang kecil menjadi hambatan utama bagi BMT Al-Hijrah dalam mengembangkan usahanya. Keterbatasan finansial membuat BMT Al-Hijrah kesulitan untuk bersaing dalam menawarkan produk dan layanan yang lebih beragam serta menarik bagi nasabah. Selain itu, ketidakmampuan untuk berinvestasi dalam skala yang lebih besar membatasi potensi pertumbuhan lembaga ini. Dalam situasi seperti ini, lembaga keuangan syariah yang memiliki modal lebih besar tentu memiliki keunggulan dalam memperluas pangsa pasar dan menjangkau lebih banyak nasabah. Kondisi ini juga memengaruhi kemampuan BMT Al-Hijrah dalam melakukan ekspansi usaha. Modal yang terbatas, BMT Al-Hijrah tidak dapat melakukan investasi strategis yang diperlukan untuk meningkatkan daya saingnya di pasar. Padahal, ekspansi usaha sangat penting agar BMT Al-Hijrah dapat tumbuh dan bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya. Jika tidak ada peningkatan dalam sektor permodalan, BMT Al-Hijrah akan terus berada dalam posisi yang sulit untuk bertahan di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Selain masalah modal, BMT Al-Hijrah Bukittinggi juga menghadapi tantangan besar dalam hal penerapan teknologi digital pada produk dan layanan mereka. Hingga kini, BMT Al-Hijrah masih kerap menggunakan sistem manual dalam sebagian besar proses operasional. Penggunaan sistem manual ini membuat proses operasional berjalan lambat dan kurang efisien, sehingga menghambat pelayanan yang optimal kepada para nasabah. Kurangnya penerapan teknologi digital ini juga berdampak pada kecepatan dan kemudahan dalam melayani kebutuhan nasabah, terutama dalam hal transaksi keuangan yang kini semakin didominasi oleh layanan berbasis digital. Di saat banyak lembaga keuangan syariah lain yang telah mengintegrasikan teknologi digital dalam sistem mereka, BMT Al-Hijrah masih tertinggal. Akibatnya, proses transaksi menjadi lebih lama, yang tentu saja mengurangi kepuasan nasabah dan mengurangi daya saing BMT Al-Hijrah di pasar keuangan syariah. Di era digital yang berkembang pesat ini, ketertinggalan dalam pemanfaatan teknologi tidak hanya mempengaruhi kualitas layanan, tetapi juga dapat mengancam kelangsungan usaha. Lembaga keuangan syariah yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi akan semakin

tertinggal dari kompetitornya. Oleh karena itu, BMT Al-Hijrah perlu segera berinovasi dan mengadopsi teknologi digital yang lebih modern agar bisa bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang telah menggunakan sistem digital canggih.

Berikut ini daftar Lembaga keuangan syariah di sekitar BMT Al-Hijrah Bukittinggi :

Tabel 1
Lembaga keuangan syariah di sekitar BMT Al-Hijrah Bukittinggi

No.	Lembaga Keuangan Syariah
1	Bank Syariah Indonesia (BSI)
2	Bank Nagari Syariah
3	Bank Muamalat
4	BTN Syariah
5	Bank Jam Gadang Syariah
6	Bank Syariah Bukopin

Berdasarkan tabel di atas terlihat ada 6 lembaga keuangan syariah di sekitar BMT Al-Hijrah Bukittinggi yang masih beroperasi dengan aktif. Kehadiran lembaga-lembaga ini menunjukkan persaingan yang ketat di sektor keuangan syariah di daerah tersebut. Lembaga keuangan syariah ini biasanya memiliki modal yang lebih kuat, akses teknologi yang lebih baik, dan jaringan yang lebih luas dibandingkan BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Keberadaan mereka memberikan berbagai pilihan layanan keuangan syariah bagi masyarakat, mulai dari tabungan, pembiayaan, hingga investasi. Namun, persaingan ini juga menuntut BMT Al-Hijrah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan inovasi agar dapat tetap bersaing, khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi. Dalam konteks ini, BMT Al-Hijrah perlu berbenah agar tidak tertinggal, terutama dalam hal digitalisasi dan pemasaran produk keuangan syariah yang lebih menarik bagi Masyarakat

KAJIAN PUSTAKA

1. Strategi

Istilah “*strategos*,” yang berarti seni atau rencana untuk mengalahkan musuh dengan menggunakan sumber daya secara efisien, adalah sebutan Yunani untuk strategi. Ide ini mencakup tujuan yang harus dipenuhi dan tindakan yang harus dilakukan dalam berbagai situasi. Strategi perusahaan adalah serangkaian langkah yang harus diikuti untuk mencapai

tujuannya. Sering kali ada jalan yang sulit dan berbelit-belit untuk dilalui, tetapi ada juga yang lebih sederhana. (Subhan, 2019).

Diterapkan pada tingkat divisi atau unit bisnis, strategi bisnis bertujuan untuk meningkatkan posisi kompetitif suatu produk atau layanan sekaligus menangani karakteristik unik pasar atau industri tertentu. Strategi di tingkat unit bisnis ini sering disebut sebagai strategi umum (*generic strategy*). Strategi bisnis juga disebut sebagai strategi utama (*grand strategy*), merupakan panduan dasar bagi langkah-langkah strategis perusahaan. Strategi ini menjadi landasan bagi upaya yang terarah dan berkelanjutan dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Melalui strategi ini, ditentukan cara untuk meraih tujuan jangka panjang, yang pada dasarnya merupakan pendekatan menyeluruh dalam mengarahkan langkah-langkah utama perusahaan (Rakhmatulloh & Henny Hendarti, 2019).

2. *Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*

Nabi Muhammad SAW mendirikan lembaga sosial pertama yang dikenal dengan *Baitul Maal*, yang berperan sebagai tempat penyimpanan sekaligus penyaluran dana. Lembaga ini kemudian berkembang menjadi BMT (*Baitul Maal wat Tamwil*), yang memiliki kemiripan dengan koperasi atau kelompok swadaya masyarakat. BMT berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi terpadu yang mengombinasikan peran sosial Baitul Maal dan fungsi keuangan Tamwil. Tujuan utamanya adalah untuk mendukung pengembangan usaha kecil, mendorong budaya menabung, memberikan pembiayaan ekonomi, serta menyalurkan dana sosial seperti zakat, infak, dan sedekah dari Masyarakat (Kasmir, 2014).

Dalam berbagai bahasa, istilah BMT memiliki dua makna yang berbeda. Dalam Bahasa Indonesia, BMT merupakan akronim dari Balai Usaha Mandiri Terpadu, yaitu sebuah lembaga usaha ekonomi yang ditujukan bagi masyarakat kecil, yang terdiri atas individu maupun badan hukum dengan tujuan utama mendorong kesejahteraan dan keadilan guna membangun serta mengembangkan perekonomian masyarakat madani. Dalam konteks bahasa Arab, BMT adalah akronim dari Baitul Maal wat Tamwil, yaitu sebuah lembaga keuangan yang berbentuk koperasi dan menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah. (Meranti & Yazid, 2021). Lembaga keuangan syariah yang dikenal dengan nama *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) merupakan integrasi antara konsep *maal* dan *tamwil* dalam satu entitas kelembagaan. Konsep maal dikembangkan oleh masyarakat Muslim sebagai upaya untuk mengelola dan menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara lebih optimal.

Sementara itu, konsep tamwil berorientasi pada kegiatan ekonomi yang bersifat komersial dan bertujuan memberikan dukungan finansial kepada kalangan masyarakat menengah ke bawah.(Masyithoh, 2014).

3. Persaingan

Persaingan merupakan Kompetisi antara beberapa pihak yang bersaing untuk mendapatkan keunggulan di pasar. Di dunia pasar, persaingan harus disertai dengan upaya yang kuat agar dapat mencapai target yang diharapkan. Pesaing merupakan perusahaan yang memproduksi atau menjual barang dan jasa yang serupa dengan produk yang ditawarkan. Persaingan yang sehat akan mendorong peningkatan kualitas manusia. Manusia yang bersaing adalah mereka yang dengan sengaja berlatih dan bekerja keras untuk berkompetisi dan meraih kemenangan dalam persaingan itu(Ritonga, 2020).

Persaingan bisnis merupakan suatu kondisi di mana pelaku usaha saling berkompetisi untuk menarik minat konsumen dengan menawarkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi serta harga yang bersaing. Karena perusahaan tidak dapat hanya mengandalkan penjualan dan laba, terlepas dari inovasi, persaingan diyakini akan selalu menjadi bagian dari operasinya. Setidaknya tidak untuk waktu yang lama, karena akan ada pesaing yang juga ingin menikmati bisnis mereka. Persaingan bisnis terbagi ke dalam dua teori yaitu Persaingan Sehat (*Healthy Competition*) dan Persaingan tidak Sehat (*Cutthroat Competition*). Persaingan yang sehat adalah persaingan antar pelaku bisnis atau pengusaha yang tidak melibatkan kegiatan ilegal atau kejahatan. Ketika para pelaku bisnis bersaing, persaingan yang sehat ini menjamin bahwa etika perusahaan diutamakan. Sedangkan Persaingan tidak sehat merupakan kompetisi yang dilakukan antar perusahaan secara tidak sehat dan dapat merugikan perusahaan(Niar, 2015).

4. Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah adalah entitas atau badan usaha yang sebagian besar kekayaannya terdiri dari aset keuangan maupun aset riil, serta beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Mengacu pada Undang-Undang Perbankan Syariah di Indonesia, lembaga ini berperan dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat berdasarkan ketentuan syariah Islam. Selain itu, lembaga ini mencakup seluruh institusi komersial yang beroperasi di sektor keuangan Islam, dengan fokus utama pada

pengelolaan dana masyarakat untuk pembiayaan dan investasi dalam pembangunan (Yuli & Herlina, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, yakni penelitian yang dilaksanakan secara langsung di lokasi atau tempat tertentu yang telah ditetapkan sebagai objek studi, dengan tujuan untuk mengamati secara langsung fenomena yang terjadi sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Penelitian ini juga menjadi bagian dari proses penyusunan laporan ilmiah. Penelitian lapangan umumnya dikategorikan sebagai penelitian kualitatif, di mana peneliti terlibat secara langsung, baik dengan mengamati maupun berpartisipasi dalam kegiatan di lokasi penelitian, baik dalam skala kecil maupun besar. Penelitian kualitatif sendiri bersifat deskriptif dan analitis.

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Data primer merujuk pada informasi yang didapatkan langsung dari sumber pertama melalui pengumpulan data secara langsung. Dalam hal ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan Pimpinan, Karyawan, dan Nasabah BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari objek penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumentasi, seperti buku, artikel, jurnal, majalah, serta literatur lainnya yang membahas tentang lembaga keuangan BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Informan dalam penelitian ini adalah individu yang dianggap memiliki pengetahuan yang mendalam terkait permasalahan yang diteliti, yaitu Pimpinan, Karyawan, dan Nasabah BMT Al-Hijrah Bukittinggi.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara peneliti atau pengamat secara langsung mengamati serta mencatat kejadian, proses, dan hal-hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali informasi secara lebih mendalam mengenai pengetahuan, pandangan, maupun keyakinan pribadi dari narasumber. Dalam konteks penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung dengan Pimpinan, Karyawan, dan Nasabah BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai dokumen atau catatan yang relevan, baik berupa teks tertulis maupun foto-foto yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif. Pendekatan kualitatif diterapkan untuk memahami kondisi lingkungan perusahaan, baik dari sisi faktor internal maupun eksternal. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan faktor eksternal terdiri dari dua aspek utama, yaitu peluang dan ancaman. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Analisis SWOT, Matriks IFE dan EFE, Matriks SWOT, serta perhitungan total skor bobot.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BMT Al-Hijrah Bukittinggi adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang berperan penting dalam mendukung perekonomian umat, khususnya bagi pengusaha kecil dan menengah di Kota Bukittinggi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan di BMT Al-Hijrah Bukittinggi, ditemukan dua faktor utama yang menjadi landasan dalam merumuskan strategi BMT Al-Hijrah untuk menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah di Kota Bukittinggi. Faktor-faktor tersebut adalah faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan, dalam penelitian ini telah didapatkan empat faktor kekuatan yaitu: margin yang lebih rendah, pemberian pinjaman relatif cepat, penerapan strategi jempot bola, dan pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan, selain itu terdapat juga empat faktor kelemahan yaitu: keterbatasan sumber daya/modal, kurangnya penggunaan teknologi, kurang optimalnya pemasaran, dan belum adanya sistem undian berhadiah.

Faktor eksternal yang memengaruhi BMT Al-Hijrah Bukittinggi terdiri dari dua komponen utama, yaitu peluang dan ancaman. Dalam penelitian ini, telah diidentifikasi empat faktor yang termasuk ke dalam kategori peluang yaitu: pengembangan produk baru, meningkatkan sumber daya/modal, Masyarakat mayoritas muslim, dan BMT terbuka akan masukan dan saran dari masyarakat. Faktor-faktor ancaman yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: persaingan yang begitu ketat antar Lembaga keuangan syariah, kondisi ekonomi tidak stabil, perkembangan teknologi yang begitu cepat, dan perubahan kebijakan pemerintah. Dari penjelasan faktor internal dan eksternal dalam merumuskan strategi BMT Al-Hijrah dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah di Kota Bukittinggi di atas, maka alat analisis yang akan digunakan dalam merumuskan strategi tersebut adalah Analisis SWOT, Matrik IFE dan EFE, Matrik SWOT, dan Total bobot skor.

Tabel 1. Analisis SWOT BMT Al-Hijrah Bukittinggi

Faktor Internal	
Kekuatan (<i>Strenght</i>) 1. Marjin yang lebih rendah 2. Pemberian pinjaman relatif cepat 3. Penerapan strategi jemput bola 4. Pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan	Kelemahan (<i>Weakness</i>) 1. Keterbatasan sumber daya/modal 2. Kurangnya penggunaan teknologi 3. Kurang optimalnya pemasaran 4. Belum adanya sistem undian berhadiah
Faktor Eksternal	
Peluang (<i>Opportunities</i>) 1. Pengembangan produk baru 2. Meningkatkan sumber daya/modal 3. Masyarakat mayoritas muslim 4. BMT terbuka akan masukan dan saran dari masyarakat	Ancaman (<i>Threat</i>) 1. Persaingan yang begitu ketat antar Lembaga keuangan syariah 2. Kondisi ekonomi tidak stabil 3. Perkembangan teknologi yang begitu cepat 4. Perubahan kebijakan pemerintah

Tabel 2. Matriks IFE BMT Al-Hijrah Bukittinggi

	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai
<i>Strenght (Kekuatan)</i>				
	Marjin yang lebih rendah	0,15	4	0,60
	Pemberian pinjaman relatif cepat	0,10	3	0,30
	Penerapan strategi jemput bola	0,15	4	0,60
	Pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan	0,15	4	0,60

	Jumlah	0,55		2,10
Weakness (Kelemahan)				
	Keterbatasan sumber daya/modal	0,15	4	0,60
	Kurangnya penggunaan teknologi	0,10	3	0,30
	Kurang optimalnya pemasaran	0,10	3	0,30
	Belum adanya sistem undian berhadiah	0,10	3	0,30
	Jumlah	0,45		1,50
	Total	1,00		3,60

Sumber : Data diolah tahun 2025

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa dari sisi internal, matriks IFE mencerminkan strategi yang diterapkan oleh BMT Al-Hijrah dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah di Kota Bukittinggi, yang mencakup faktor kekuatan dan kelemahan. Jika dilihat dari total nilai bobot skornya 3,60. Hal ini menggambarkan bahwa nilai bobot dari kekuatan adalah 2,10, sementara nilai bobot dari kelemahannya adalah 1,50. Maka data ini menunjukkan bahwa kekuatan dari strategi lebih besar dibandingkan kelemahan. BMT Al-Hijrah Bukittinggi merespon faktor internal dengan memanfaatkan kekuatan yang ada.

Tabel 3. Matriks EFE BMT Al-Hijrah Bukittinggi

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
Opportunity (Peluang)				
1.	Pengembangan produk baru	0,10	3	0,30
2.	Meningkatkan sumber daya/modal	0,15	4	0,60
3.	Masyarakat mayoritas muslim	0,15	4	0,60
4.	BMT terbuka akan masukan dan saran dari masyarakat	0,10	3	0,30
	Jumlah	0,50		1,80

Threat (Ancaman)				
1.	Persaingan yang begitu ketat antar Lembaga keuangan syariah	0,10	3	0,30
2.	Kondisi ekonomi tidak stabil	0,15	3	0,45
3.	Perkembangan teknologi yang begitu cepat	0,15	4	0,60
4.	Perubahan kebijakan pemerintah	0,10	3	0,30
	Jumlah	0,50		1,65
	Total	1,00		3,45

Sumber : Data diolah tahun 2025

Berdasarkan hasil analisis matriks EFE pada Tabel 3, diketahui bahwa nilai bobot untuk peluang sebesar 1,80 dan untuk ancaman sebesar 1,65, sehingga total bobot yang diperoleh adalah 3,45. Hal ini menunjukkan bahwa BMT Al-Hijrah Bukittinggi mampu merespons faktor eksternal dengan baik melalui pemanfaatan peluang serta pengelolaan ancaman yang ada.

Tabel 4. Matriks SWOT Strategi BMT Al-Hijrah Bukittinggi

	Internal		Eksternal	
	Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
	1) Marjin yang lebih rendah 2) Pemberian pinjaman relatif cepat 3) Penerapan strategi jemput bola 4) Pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan		1) Keterbatasan sumber daya/modal 2) Kurangnya penggunaan teknologi 3) Kurang optimalnya pemasaran 4) Belum adanya sistem undian berhadiah	
	Peluang (O)		Strategi (SO)	
	1) Pengembangan produk baru		1) Menggunakan keunggulan marjin rendah untuk mendukung pengembangan dan	
	Strategi (WO)		Strategi (WO)	
	1) Meningkatkan sumber daya/modal untuk			

2) Meningkatkan sumber daya/modal 3) Masyarakat mayoritas muslim 4) BMT terbuka akan masukan dan saran dari masyarakat	pemasaran produk baru dengan harga kompetitif 2) Memanfaatkan keunggulan proses pemberian pinjaman relatif cepat untuk memperluas pasar dan menarik sumber modal baru 3) Memanfaatkan keunggulan penerapan strategi jempuit bola untuk mengoptimalkan penetrasi pasar di kalangan muslim 4) Memaksimalkan pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan untuk mengoptimalkan masukan dan saran dari masyarakat	mengembangkan produk baru 2) Meningkatkan penggunaan teknologi untuk mencari sumber modal 3) Meningkatkan pemasaran untuk menjangkau Masyarakat muslim 4) Mengembangkan sistem undian berhadiah berdasarkan masukan dari Masyarakat untuk meningkatkan daya tarik
Ancaman (T) 1) Persaingan yang begitu ketat antar Lembaga keuangan syariah 2) Kondisi ekonomi tidak stabil 3) Perkembangan teknologi yang begitu cepat	Strategi (ST) 1) Memanfaatkan margin lebih rendah untuk bisa bersaing dengan Lembaga keuangan syariah 2) Memanfaatkan pemberian pinjaman relatif cepat untuk mengantisipasi kondisi ekonomi tidak stabil 3) Memanfaatkan strategi jempuit bola untuk	Strategi (WT) 1) Meningkatkan sumber daya/modal untuk menghadapi persaingan antar Lembaga keuangan syariah 2) Meningkatkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan operasional tanpa harus melakukan

4) Perubahan kebijakan pemerintah	mengantisipasi inovasi teknologi 4) Memaksimalkan pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan untuk mengantisipasi perubahan kebijakan pemerintah	investasi besar di tengah kondisi ekonomi yang tidak pasti 3) Mengoptimalkan pemasaran melalui adopsi teknologi digital 4) Menerapkan system undian berhadiah yang sesuai dengan kebijakan pemerintah
-----------------------------------	---	---

a. Strategi S-O

- 1) Menggunakan keunggulan margin rendah untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk baru dengan harga kompetitif
- 2) Memanfaatkan keunggulan proses pemberian pinjaman relatif cepat untuk memperluas pasar dan menarik sumber modal baru
- 3) Memanfaatkan keunggulan penerapan strategi jemput bola untuk mengoptimalkan penetrasi pasar di kalangan muslim
- 4) Memaksimalkan pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan untuk mengoptimalkan masukan dan saran dari masyarakat

b. Strategi W-O

- 1) Meningkatkan sumber daya/modal untuk mengembangkan produk baru
- 2) Meningkatkan penggunaan teknologi untuk mencari sumber modal
- 3) Meningkatkan pemasaran untuk menjangkau Masyarakat muslim
- 4) Mengembangkan sistem undian berhadiah berdasarkan masukan dari Masyarakat untuk meningkatkan daya tarik

c. Strategi S-T

- 1) Memanfaatkan margin lebih rendah untuk bisa bersaing dengan Lembaga keuangan syariah
- 2) Memanfaatkan pemberian pinjaman relatif cepat untuk mengantisipasi kondisi ekonomi tidak stabil
- 3) Memanfaatkan strategi jempuit bola untuk mengantisipasi inovasi teknologi
- 4) Memaksimalkan pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan untuk mengantisipasi perubahan kebijakan pemerintah

d. Strategi W-T

- 1) Meningkatkan sumber daya/modal untuk menghadapi persaingan antar Lembaga keuangan syariah
- 2) Meningkatkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan operasional tanpa harus melakukan investasi besar di tengah kondisi ekonomi yang tidak pasti
- 3) Mengoptimalkan pemasaran melalui adopsi teknologi digital
- 4) Menerapkan system undian berhadiah yang sesuai dengan kebijakan pemerintah

Tabel 5. Total Bobot Skor Pada Matrik SWOT

Internal Eksternal	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunities</i> (Peluang)	Total skor (S+O) $2,10 + 1,80 = 3,90$	Total skor (W+O) $1,50 + 1,80 = 3,30$
<i>Threat</i> (Ancaman)	Total skor (S+T) $2,10 + 1,65 = 3,75$	Total skor (W+T) $1,50 + 1,65 = 3,15$

Sumber : Data diolah tahun 2025

Berdasarkan hasil total skor yang tercantum pada Tabel 5 diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi kekuatan dan peluang (SO) memiliki skor tertinggi yaitu 3,90. Strategi kekuatan dan peluang (SO) ini mengacu pada upaya pemanfaatan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk secara optimal meraih dan memaksimalkan setiap peluang yang tersedia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan metode analisis SWOT yang penulis lakukan di BMT Al-Hijrah Bukittinggi, dapat disimpulkan strategi yang bisa digunakan oleh BMT Al-Hijrah dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah di Kota Bukittinggi adalah dengan melalui strategi SO (Kekuatan-Peluang) yaitu:

1. Menggunakan keunggulan margin rendah untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk baru dengan harga kompetitif
2. Memanfaatkan keunggulan proses pemberian pinjaman relatif cepat untuk memperluas pasar dan menarik sumber modal baru
3. Memanfaatkan keunggulan penerapan strategi jemput bola untuk mengoptimalkan penetrasi pasar di kalangan muslim
4. Memaksimalkan pelayanan lebih dekat dan kekeluargaan untuk mengoptimalkan masukan dan saran dari masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Dkk, M. M. (2024). *Merger Bank Syariah BUMN dan Prospek Bisnis Baitul Maal Wat-Tamwil*. Duta Sains Indonesia.
- Kasmir. (2014). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Rajawali Press.
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2019). *Rekomendasi Kebijakan Strategi Pengembangan Keuangan Mikro syariah di Indonesia*. Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS).
- Niar, H. (2015). *Etika Bisnis (Dinamika Persaingan Bisnis)*. CV. Media SAINS Indonesia.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi*. CV Budi Utama.
- Yuli, W., & Herlina, Y. (2020). *Lembaga Keuangan Syariah*. CV Brimedia Global.
- Masyithoh, N. D. (2014). Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (Lkm) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2).
- Meranti, I. D. I., & Yazid, A. A. (2021). Peran Baitul Mal Wat Tamwil dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Economic : Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 12(01).
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). Analisis Strategi Pengembangan dalam Persaingan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Aceh. *Journal GEEJ*, 7(2).

- Rakhmatulloh, D., & Henny Hendarti. (2019). STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN KINERJA DAN PELUANG PERUSAHAAN (Studi Kasus di Perusahaan Motor). In *Journal of Business Strategy and Execution* (Vol. 4, Nomor 1).
- Subhan, M. (2019). Strategi Marketing Syari'ah Pada BMT Al-Amanah dalam Meningkatkan Modal dan Penyaluran Pembiayaan. *Jurnal Cendekia*, 02(01).
- Tanjung, M., & Novizas, A. (2021). Eksistensi Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Dalam Perekonomian Islam. *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 3(1).