

STRATEGI MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH MENGHADAPI PERSAINGAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DI KOTA PADANG PANJANG

Nadia Anzali¹, Jon Kenedi²

^{1,2}Universitas Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Email : nadiaanzali5@gmail.com¹, jonkenedi@uinbukittinggi.ac.id²

Abstrak

Penelitian dilandasi oleh meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan syariah di Kota Padang Panjang, yang mendorong KSPPS untuk merumuskan strategi yang tepat guna mencapai tujuan organisasi. Strategi berguna untuk meraih tujuan secara efektif dan terencana. Permasalahan utama yang dihadapi KSPPS antara lain keterbatasan modal, rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan dan peran KSPPS, serta kendala dari lembaga keuangan syariah lain yang telah memanfaatkan teknologi digital. Metode kualitatif yang digunakan yaitu analisis SWOT. Informasi diperoleh melalui wawancara dengan manajer, karyawan, dan anggota koperasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk membangun keunggulan bersaing, KSPPS perlu memperkuat basis modal melalui kolaborasi strategis, meningkatkan literasi masyarakat tentang koperasi syariah, serta mulai mengadopsi layanan digital secara bertahap. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing KSPPS dan memperluas jangkauan pelayanannya di tengah perkembangan industri keuangan syariah yang dinamis. Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis untuk strategi keunggulan bersaing KSPPS Kota Padang Panjang yaitu strategi SO (*Strength Opportunity*) yaitu: menjadikan margin yang rendah untuk menjalin kerja sama dengan bank lain untuk mendapatkan tambahan dana untuk pembiayaan, menjadikan pelayanan yang ramah di lokasi strategis untuk menarik lebih banyak anggota baru, memanfaatkan prosedur layanan yang sederhana serta melibatkan anggota dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM dan menggunakan laporan tahunan yang jelas untuk memperoleh kepercayaan dan dukungan dari pemerintah terhadap koperasi.

Kata Kunci: KSPPS, Keunggulan Bersaing, Lembaga Keuangan Syariah

Abstract

This research is grounded in the growing competition among Islamic financial institutions in Padang Panjang, which has encouraged KSPPS to formulate appropriate strategies to achieve its organizational objectives. Strategy serves as a tool to achieve goals effectively and in a structured manner. The primary challenges faced by KSPPS include limited capital, low public awareness regarding the existence and role of KSPPS, and competition from other Islamic financial institutions that have already embraced digital technologies. A qualitative approach was employed using SWOT. Data was collected through interviews with managers, employees, and cooperative members. The findings reveal that to develop a sustainable competitive

advantage, KSPPS needs to strengthen its capital base through strategic partnerships, enhance public literacy about Islamic cooperatives, and gradually adopt digital services. These strategies are expected to boost the competitiveness of KSPPS and expand its service reach amidst the dynamic growth of the Islamic financial sector. Based on the research findings, the recommended competitive strategy for KSPPS in Padang Panjang is the Strength-Opportunity (SO) strategy. This includes offering low-margin financing to build partnerships with banks for additional funding, providing friendly services in strategic locations to attract new members, utilizing simple service procedures and involving members in decision-making to tailor services to the need of micro and small (MSMEs), and utilizing clear and transparent annual reports to gain the trust and support of government stakeholders.

Keywords: KSPPS, Competitive Advantage, Islamic Financial Institutions.

PENDAHULUAN

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah mempunyai peran strategis dalam mendorong peningkatan ekonomi masyarakat Indonesia. KSPPS berperan penting bagi masyarakat yang ingin mendapatkan akses pembiayaan dengan sistem transparan, adil dan sesuai syariat islam. Keberadaan KSPPS diharapkan dapat mengurangi ketergantungan masyarakat pada lembaga keuangan konvensional yang sering menerapkan bunga yang tinggi.

Seiring meningkatnya pertumbuhan KSPPS di Indonesia, maka KSPPS harus menghadapi tantangan akibat meningkatnya persaingan dengan lembaga keuangan syariah lain yang ada di Indonesia. KSPPS harus menentukan

strategi untuk mencapai dan mempertahankan tujuan dari organisasinya. Strategi keunggulan bersaing sangat dibutuhkan bagi keberlangsungan KSPPS. Keunggulan bersaing merupakan upaya yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan serta memberikan nilai tambah kepada konsumen melebihi para pesaingnya.¹

KSPPS Hidup Berkah Bermakna merupakan KSPPS yang ada di kota Padang Panjang, yang mana juga bersaing dengan lembaga keuangan syariah lain yang ada di kota Padang Panjang. Keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Serta melibatkan anggota dalam

¹ Agyl Hamdira Ishaq, "Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Kartu E-Money Untuk Peningkatan

Kinerja Pemasaran," Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi, Vol 4, No 2 (2020) Hlm 60-74

pengambilan keputusan untuk meningkatkan loyalitas anggota.

KSPPS Hidup Berkah Bermakna, diketahui bahwa keterbatasan modal menjadi kendala utama dalam mendanai permintaan pembiayaan anggota yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Permintaan pembiayaan khususnya untuk sektor usaha mikro, sering kali tidak dapat terpenuhi karena terbatasnya dana yang tersedia. Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara jumlah simpanan yang masuk dan permintaan pembiayaan yang keluar, sehingga koperasi harus selektif dalam menyalurkan dana.

**Tabel 1.2 Keterbatasan Modal KSPPS
Hidup Berkah Bermakna Padang
Panjang**

N0	Tahun	Total Modal (Rp)	Kebutuhan Modal Pembiayaan	Kekurangan Modal (Rp)
1	2021	Rp275.454.346	Rp324.552.500	Rp49.098.154
2	2022	Rp505.568.101	Rp705.000.000	Rp199.431.899
3	2023	Rp585.494.165	Rp1.023.552.500	Rp438.058.335
4	2024	Rp950.640.674	Rp981.845.000	Rp31.204.326

Sumber: Buku Anggota Tahun 2021-2024
KSPPS HBB Padang Panjang

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat keterbatasan modal dari tahun 2021 yaitu Rp49.098.154, pada tahun 2022 kekurangan modal sebanyak Rp199.431.899, sedangkan pada tahun 2023 kekurangan modal yaitu sebanyak Rp 438.058.335, dan pada tahun 2024

kekurangan modal mya sebanyak Rp31.204.326.

Selain itu, tantangan yang dihadapi saat ini adalah persaingan dengan bank syariah dan lembaga keuangan syariah lain yang telah mengadopsi layanan keuangan modern dan berbasis digital. Layanan-layanan seperti mobile banking, internet banking, menjadi keunggulan kompetitif lembaga keuangan besar yang belum ada di KSPPS. Tantangan lain yang dihadapi yaitu hanya sebagian kecil masyarakat yang benar-benar mengenal KSPPS, baik dari sisi kelembagaan, produk, maupun prinsip syariah yang dijalankan. Sebagian besar masyarakat masih lebih familiar dengan bank syariah atau bahkan lembaga pembiayaan konvensional, sementara nama KSPPS masih terdengar asing, terutama di kalangan generasi muda dan masyarakat non-anggota koperasi.

Berdasarkan informasi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing KSPPS dalam menghadapi persaingan lembaga keuangan syariah yang terdapat di kota Padang Panjang. Serta mengetahui strategi yang diterapkan untuk meningkatkan daya saing KSPPS di masa depan agar terus bisa memenuhi kebutuhan anggotanya dalam melakukan pembiayaan dan simpanan.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi

Strategi merupakan suatu rencana untuk menetapkan dan memperoleh tujuan organisasi serta melaksanakan misinya.² Selanjutnya Fred R. David menyatakan, Strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan dalam jangka waktu lama.³ Sedangkan menurut Ahmad Rudiana, Strategi adalah suatu rencana yang dibuat manajemen tertinggi agar mendapatkan tujuan yang telah ditetapkan.⁴

Strategi merupakan perencanaan jangka panjang yang mencakup langkah-langkah yang dirancang untuk merealisasikan tujuan yang sudah ditetapkan, berdasarkan hasil evaluasi dan lingkungan yang diamati.⁵ Dengan demikian, penulis dapat memahami dan menyimpulkan, strategi yaitu cara atau langkah-langkah yang susun suatu perusahaan guna membantu mencapai tujuan yang diinginkan. Melalui strategi, perusahaan dapat menghadapi tantangan secara efektif dan menggunakan sumber daya secara optimal.

Strategi memiliki beberapa fungsi yaitu:⁶

- a) Sarana menyampaikan maksud dan tujuan perusahaan pada orang lain.
- b) Menghubungkan keunggulan perusahaan dan peluang pasar untuk meraih hasil yang optimal.
- c) Membantu keberhasilan yang ada dan mencari peluang di masa depan.
- d) Mampu menciptakan lebih banyak sumber daya.
- e) Mengkoordinasikan kegiatan yang perlu dilakukan untuk perusahaan.
- f) Agar perusahaan dapat merespon dengan baik situasi yang sedang dihadapi.

Jenis strategi terdiri dari beberapa macam, yaitu:⁷

- a. Strategi Manajemen adalah langkah-langkah yang diambil oleh manajemen untuk

² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), Hlm 3

³ Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep*, (Jakarta, Rajawali Press, 2010), Hlm 16

⁴ Ahmad Rudiana, *Manajemen Strategik Berbasis Keunggulan Kompetitif*, (Bandung, Penerbit Yrama Widya, 2023), Hlm, 3

⁵ Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi*, (Lumajang: Widya Gama Press, 2019), Hlm 3

⁶ Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta, Rajawali Pers, 2013), Hlm 5-6

⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), Hlm 6-7

pengembangan usaha secara menyeluruh. Contohnya memperluas pasar, mengembangkan produk baru, dan menentukan harga yang tepat.

b. Strategi Investasi

Strategi Investasi adalah cara perusahaan mengelola investasi. Contohnya, membeli saham perusahaan besar untuk mendapatkan keuntungan.

c. Strategi Bisnis

Strategi Bisnis adalah strategi bisnis yang mengarah kepada fungsi utama dari manajemen. Contohnya, strategi produksi, distribusi dan strategi keuangan.

Keunggulan Bersaing

Menurut Michael E.Porter, Keunggulan Bersaing yaitu cara perusahaan menawarkan produk atau layanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, untuk menarik banyak pelanggan dan memaksimal perolehan laba.⁸ Saban Echdar, keunggulan bersaing adalah manfaat yang diperoleh perusahaan

yang menghasilkan produk atau jasa yang lebih bagus dari perusahaan pesaing.⁹

Menurut Arison Nainggolan, keunggulan bersaing adalah kondisi perusahaan yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan pesaingnya, keunggulan diperoleh melalui aktivitas perusahaan, seperti perencanaan produk, pemasaran serta penerapan strategi bisnis yang efektif.¹⁰ Keunggulan bersaing merupakan serangkaian rencana dalam menentukan keunggulan dari perusahaan dalam persaingan dengan perusahaan pesaing.¹¹

Faktor keunggulan bersaing dipengaruhi oleh:¹²

1) Nilai

Perusahaan perlu memahami nilai atau manfaat yang diharapkan oleh calon pelanggan. Produk yang dihasilkan harus sesuai dengan kebutuhan mereka agar lebih menarik di pasaran.

2) Kemampuan dalam Menyerahkan Produk

⁸ Michael E.Porter, *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Superior*, (Jakarta, PT. Erlangga, 2008) hlm 23

⁹ Saban Echdar, *Manajemen Entrepreneurship Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. (Bogor, Ghalia Indonesia, 2018), hlm 32

¹⁰ Arison Nainggolan, "Competitive Advange dan Upaya Meningkatkan Laba Perusahaan,

Jurnal Manajemen", Vol 4, No 1 (2018) hlm 1-14

¹¹ David Hunger dan Thomas Wheelen, *Manajemen Strategies*, (Yogyakarta: ANDI, 2003), Hlm 245

¹² Crown Dirgantoro, *Keunggulan Bersaing Melalui Proses Bisnis* (Jakarta: Grasindo, 2001) hlm 158

Kemampuan dalam memberikan layanan dan kecepatan dalam memberikan produk kepada pelanggan.

3) Harga

Perusahaan dapat memberikan harga sebanding dengan kualitas dari produknya serta daya beli pelanggan.

4) Loyalitas Pelanggan

Pelanggan tetap memilih produk dari suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Pelanggan yang loyal cenderung tidak mudah beralih ke merek lain.

Syarat mencapai keunggulan bersaing terbagi 4 yaitu:¹³

1. Strategi Produk

adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan tepat dalam jangka panjang, baik dalam bentuk produk atau jasa.

2. Strategi Harga

yaitu penentuan harga yang akan dibayar pelanggan agar mendapatkan produk atau jasa yang digunakan. Harga yang ditentukan harus sebanding dengan tujuan perusahaan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Strategi tempat dan distribusi

ialah metode yang digunakan perusahaan untuk menyalurkan produk hingga sampai kepada konsumen secara efektif dan efisien, tanpa mengganggu harga yang telah ditetapkan.

4. Strategi Promosi

adalah upaya dalam memperkenalkan dan memasarkan produk/jasa baik langsung maupun tidak. Perusahaan menentukan target yang tepat agar promosi berjalan secara efisien dan efektif.

KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah)

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah yaitu lembaga keuangan yang melaksanakan aktivitasnya, bebas dari unsur riba, gharar maysir kepada anggotanya. KSPPS menjalankan kegiatannya dengan mengumpulkan dana anggota, dan disalurkan melalui berbagai produk pembiayaan berbasis syariah.¹⁴ KSPPS adalah koperasi yang beroperasi dalam bentuk simpanan, pinjaman dan pembiayaan berdasarkan

¹³ Basrowi, *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hlm 128-29.

¹⁴ Muhammad Syakir Sula, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) Hlm 112

syariah islam, termasuk zakat, infaq atau sedekah serta wakaf.¹⁵

Dasar hukum operasional Koperasi Syariah ada pada Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992, yang mengatur prinsip dan asas dasar koperasi di Indonesia, yaitu:¹⁶

1. Landasan Idiil, sebagaimana tercantum dalam Bab II UU No.25 Tahun 1992, yang mana Pancasila menjadi dasar idiil koperasi Indonesia.
2. Landasan Struktural, yang diatur dalam UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Produk yang ditawarkan oleh KSPPS meliputi:¹⁷

- a. Simpanan (Funding)
adalah dana anggota disimpan kepada koperasi, seperti tabungan.
- b. Pembiayaan (Financing)
adalah penyediaan dana yang didasarkan pada akad kerja sama seperti akad bagi hasil, jual dan beli, pinjam-meminjam, serta sewa menyewa sesuai prinsip syariah.

Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga Keuangan syariah adalah perusahaan dibidang keuangan yang mengikuti prinsip syariah, menghindari unsur riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (judi).¹⁸

Fungsi utama Lembaga keuangan syariah sebagai berikut:

- a) Pengalihan aset
Lembaga yang memberikan pembiayaan kepada peminjam dana sesuai jangka waktu yang disepakati sesuai prinsip islam.
- b) Transaksi
berguna untuk memfasilitasi nasabahnya untuk melakukan jual beli barang atau jasa.
- c) Likuiditas
Pihak yang memiliki dana berlebih dan menyimpannya dalam produk tabungan serta deposito dan lain-lain.
- d) Efisiensi
Lembaga keuangan syariah berperan dalam mengurangi biaya transaksi dan memperluas akses layanan serta berfungsi sebagai penghubung pemilik modal dengan pihak yang

¹⁵ Matnin dan Aang Kunaefi, *Manajemen Keuangan dan Bisnis Islam*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), Hlm 56

¹⁶ Hasnil Hasyim, "Regulasi dan Eksistensi Koperasi Syariah di Kota Depok", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 2, No 2(2018) hlm 171-183

¹⁷ Ardito Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018) hlm 146-147

¹⁸ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2017), Hlm 1

memerlukan dana, sehingga kebutuhan finansial kedua belah pihak dapat dipenuhi dengan lebih mudah.¹⁹

Prinsip operasional lembaga keuangan syariah meliputi²⁰:

1. Prinsip Keadilan

Pembagian keuntungan dilakukan berdasarkan hasil penjualan sesungguhnya, dengan mempertimbangkan kontribusi dan risiko ditanggung oleh masing-masing pihak.

2. Prinsip Kemitraan

Setiap pihak yang menjalin kerja sama memiliki kedudukan yang setara. Nasabah sebagai penyedia maupun penerima dana, dan lembaga keuangan berperan sebagai rekan usaha yang harus bekerja sama secara sinergis.

3. Prinsip Transparansi

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) wajib menyampaikan informasi secara terbuka dan berkelanjutan mengenai operasionalnya kepada

investor, nasabah, serta pihak-pihak terkait.

4. Prinsip Universal

LKS memberikan layanan tanpa membedakan ras, suku, atau kelompok tertentu, karena prinsip Islam yang diterapkan bersifat inklusif dan membawa manfaat bagi semua.

Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu cara untuk memaksimalkan kekuatan serta peluang, sehingga mengurangi kelemahan dan ancaman.

Berikut penjelasan mengenai 4 elemen SWOT:

- a. Strength (S) merujuk pada kekuatan internal dari organisasi atau perusahaan yang menjadi keunggulan.
- b. Weakness (W) menggambarkan kelemahan dalam perusahaan.
- c. Opportunity (O) adalah cara atau peluang yang digunakan dalam perusahaan.
- d. Threat (T) adalah faktor eksternal berupa ancaman bagi organisasi.²¹

¹⁹ Ibid., hlm 5-6

²⁰ Nurul Ikhsani dkk, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Banten, PT Sada Kurnia Pustaka, 2023) hlm 2021

²¹ Hazarudin, *Manajemen Strategik*, (Palembang: Nurfikri Offset, 2018) hlm 35

Untuk melakukan analisis yang lebih dalam terkait SWOT, perlu dilakukan evaluasi dari faktor internal dan eksternal sebagai komponen penting dalam SWOT yaitu:²²

- a) IFE (*Evolusi Factor Internal*) yaitu menilai faktor yang ada dalam lingkungan dalam perusahaan yaitu kekuatan serta kelemahan yang ada.
- b) EFE (*Evolusi Factor Eksternal*) yaitu menilai faktor yang berada diluar perusahaan yaitu peluang dan ancaman

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif, bertujuan untuk memahami strategi yang diterapkan oleh KSPPS Hidup Bermakna Bermakna dalam membangun keunggulan bersaing menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan syariah di Kota Padang Panjang. Informan diperoleh dari manajer atau pimpinan KSPPS untuk mengetahui strategi bisnis yang diterapkan, karyawan serta anggota KSPPS untuk mengetahui pengalaman atau alasan mereka memilih KSPPS dibandingkan dengan Lembaga keuangan syariah lainnya. Data dikumpul

dari wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Selain itu, metode untuk menganalisis data ini adalah analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT merupakan teknik perencanaan yang bertujuan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Metode ini digunakan sebagai dasar merumuskan strategi keunggulan bersaing Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Hidup Berkah Bermakna Padang Panjang. Melalui pendekatan ini, koperasi dapat menetapkan strategi yang akan diterapkan dalam menghadapi persaingan di kota Padang Panjang. Sera membandingkan faktor internal dan eksternal terhadap strategi keunggulan bersaing KSPPS HBB Padang Panjang.

Table 4.1 Analisis SWOT Keunggulan Bersaing KSPPS Padang Panjang.

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
1. <u>Margin pembiayaan relatif kecil</u>	1. <u>Keterbatasan modal</u>
2. <u>Pelayanan yang ramah</u>	2. <u>Sistem pembukuan manual</u>
3. <u>Laporan tahunan jelas dan transparan</u>	3. <u>Belum memiliki layanan digital</u>
1. <u>Keterlibatan anggota dalam pengambilan keputusan</u>	4. <u>Kurangnya kesadaran anggota dalam membayar angsuran tepat waktu</u>
5. <u>Prosedur layanan relatif sederhana dan mudah dipahami</u>	5. <u>Kurangnya inovasi produk</u>

²² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm 54-55

Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Kerjasama <u>dengan</u> bank lain	1. <u>Persaingan dengan lembaga keuangan syariah yang lebih besar</u>
2. Lokasi <u>strategis</u>	2. <u>Kemudahan akses layanan dari bank melalui smartphone</u>
3. <u>Meningkatkan layanan kepada UMKM</u>	3. <u>Persaingan promosi dari lembaga keuangan lain yang lebih aktif melalui sosial media.</u>
4. <u>Dukungan pemerintah terhadap Koperasi</u>	

Sumber: Penelitian Lapangan, 10 Juni 2025

Berdasarkan tabel 4.1, KSPPS di Padang Panjang memiliki kekuatan seperti margin pembiayaan yang rendah, pelayanan ramah, laporan yang transparan, serta keterlibatan anggota dalam keputusan, yang menjadi nilai tambah dalam membangun kepercayaan anggota. Namun, koperasi ini masih menghadapi beberapa kelemahan seperti keterbatasan modal, belum adanya sistem digital, dan kurangnya inovasi produk, yang bisa menghambat pertumbuhan serta anggota yang belum disiplin membayar angsuran tepat waktu.

Di sisi lain, peluang besar datang dari dukungan pemerintah, lokasi strategis, dan potensi kerja sama dengan lembaga keuangan lainnya, terutama dalam melayani UMKM. Meski begitu, koperasi tetap harus waspada terhadap ancaman seperti persaingan dari bank syariah besar yang menawarkan layanan digital yang lebih praktis dan kemudahan akses melalui smartphone, Persaingan promosi dari

lembaga keuangan lain yang lebih aktif melalui sosial media.

1. Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

IFE adalah analisis yang mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

Tabel 4.2 Faktor Internal Analisis

Matriks

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
1	Margin <u>pembiayaan relatif kecil</u>	0,12	4	0,48
2	<u>Pelayanan yang ramah</u>	0,15	4	0,60
3	<u>Laporan tahunan jelas dan transparan</u>	0,10	3	0,30
4	<u>Keterlibatan anggota dalam pengambilan keputusan</u>	0,10	3	0,30
5	<u>Prosedur layanan relatif sederhana dan mudah dipahami</u>	0,10	3	0,30
Jumlah		0,57		1,98
Jumlah		0,57		1,98
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
1	<u>Keterbatasan modal</u>	0,10	2	0,20
2	<u>Sistem pembukuan manual</u>	0,08	2	0,16
3	<u>Belum memiliki layanan digital</u>	0,07	1	0,07
4	<u>Kurangnya kesadaran anggota dalam membayar angsuran tepat waktu</u>	0,08	2	0,16
5	<u>Kurangnya inovasi produk</u>	0,10	2	0,20
Jumlah		0,43		0,79
Total (S+W)		1		2,77

Sumber: Penelitian Lapangan (data diolah), 10 Juni 2025)

Dari tabel faktor internal, total nilai kekuatan KSPPS sebesar 1,98 menunjukkan bahwa koperasi memiliki potensi internal yang cukup kuat, terutama pada aspek pelayanan yang ramah, margin pembiayaan yang relatif kecil, serta laporan tahunan yang jelas dan transparan. Sementara itu, total nilai kelemahan sebesar

0,79 menandakan bahwa terdapat hambatan seperti keterbatasan modal, sistem pembukuan manual, dan belum adanya layanan digital, namun pengaruhnya tidak terlalu besar terhadap keseluruhan kinerja koperasi. Dengan total skor 2,77 dapat disimpulkan bahwa KSPPS memiliki kondisi internal yang cukup baik dan layak untuk dikembangkan demi meningkatkan daya saing dengan persaingan lembaga keuangan syariah lainnya.

2. Analisis Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

EFE adalah analisis yang menilai faktor berupa peluang serta ancaman di luar lingkungan perusahaan demi mendapatkan untuk menghasilkan strategi efektif bagi kelanjutan perusahaan.

Tabel 4.2 Faktor Internal Analisis Matriks

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1	Kerjasama dengan bank lain	0,15	3	0,45
2	Lokasi yang strategis	0,15	4	0,60
3	Meningkatkan layanan kepada UMKM	0,15	4	0,60
4	Dukungan pemerintah terhadap Koperasi	0,10	3	0,30
Jumlah		0,55		1,95
Ancaman (<i>Threats</i>)				
1	Persaingan dengan lembaga keuangan syariah yang lebih besar	0,15	2	0,30
2	Kemudahan akses layanan dari bank melalui smartphone	0,15	2	0,30
3	Persaingan promosi dari lembaga keuangan lain yang lebih aktif melalui sosial media	0,15	2	0,30
Jumlah		0,45		0,90
Total (S+W)		1		2,85

Sumber: Penelitian Lapangan, 10 Juni 2025)

Dari analisis faktor eksternal, total nilai peluang sebesar 1,95 menunjukkan bahwa koperasi memiliki potensi besar untuk berkembang melalui kerjasama dengan bank lain, lokasi strategis, peningkatan layanan kepada UMKM, serta dukungan pemerintah. Sementara itu, total nilai ancaman sebesar 0,90 mencerminkan adanya tantangan dari persaingan dengan lembaga keuangan syariah yang lebih besar, kemudahan akses layanan digital dari bank lain, serta promosi yang digunakan pesaing melalui media sosial. Dengan total nilai 2,85 menunjukkan bahwa koperasi memiliki posisi yang cukup baik dalam memanfaatkan peluang eksternal guna meningkatkan daya saingnya.

3. Matriks SWOT

Matriks SWOT yaitu apa saja peluang dan ancaman dan dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan yang ada guna merumuskan strategi yang bagus bagi perusahaan.

Tabel 4.4 Matriks SWOT Strategi Keunggulan Bersaing KSPPS HBB

IFE	Strength (<i>Kekuatan</i>)	Weakness (<i>Kelemahan</i>)
	1. Margin pembiayaan relatif kecil 2. Pelayanan yang ramah 3. Laporan tahunan jelas dan transparan 4. Keterlibatan anggota dalam pengambilan keputusan 5. Prosedur layanan relatif sederhana dan mudah dipahami	1. Keterbatasan modal 2. Sistem pembukuan manual 3. Belum memiliki layanan digital 4. Kurangnya kesadaran anggota dalam membayar angsuran tepat waktu 5. Kurangnya inovasi produk
EFE		

Opportunities (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO
1. Kerjasama dengan bank lain 2. Lokasi yang strategis 3. Meningkatkan layanan kepada UMKM 4. Dukungan pemerintah terhadap Koperasi	1. Menjadikan margin yang rendah untuk menjalin kerja sama dengan bank lain untuk mendapatkan tambahan dana untuk pembiayaan. 2. Menjadikan pelayanan yang ramah di lokasi strategis untuk menarik lebih banyak anggota baru. 3. Memanfaatkan prosedur layanan yang sederhana serta melibatkan anggota dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. 4. Menggunakan laporan tahunan yang jelas untuk memperoleh kepercayaan dan dukungan dari pemerintah terhadap koperasi.	1. Mengatasi keterbatasan modal dengan menjalin kerjasama dengan bank lain untuk modal pembiayaan. 2. Meningkatkan sistem digitalisasi sistem pembukuan dengan dukungan dari pemerintah atau bank lain. 3. Mengadakan sosialisasi kepada anggota tentang pentingnya membayar angsuran tepat waktu. 4. Mengembangkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.
Threats (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
1. Persaingan dengan lembaga keuangan syariah yang lebih besar 2. Kemudahan akses layanan dari bank melalui smartphone 3. Persaingan dari lembaga keuangan lain yang lebih aktif melalui sosial media	1. Menonjolkan margin pembiayaan yang kecil untuk bersaing dengan lembaga keuangan yang lebih besar. 2. Mengutamakan pelayanan yang ramah dan prosedur yang sederhana untuk bersaing dengan bank yang memiliki kemudahan akses melalui smartphone. 3. Partisipasi anggota bisa meningkatkan loyalitas dan promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut oleh anggota dapat membantu koperasi bersaing dengan lembaga lain.	1. Mengatasi keterbatasan modal dan sistem manual dengan mengajukan dukungan program digitalisasi dari pemerintah. 2. Mengembangkan layanan digital secara bertahap untuk mengimbangi layanan smartphone dari bank besar. 3. Merancang produk baru sesuai kebutuhan anggota sebagai alternatif menghadapi inovasi produk pesaing.

Sumber: Penelitian Lapangan (data diolah),
12 Juni 2025

4. Analisis Bobot Tabel Skor

Tahap selanjutnya yaitu adalah menghitung berapa skor serta memilih salah satu dari metode yang diidentifikasi untuk digunakan oleh koperasi.

Tabel 4.5 Bobot Skor

Internal Eksternal	Strength (S) (1,98)	Weakness (w) (0,79)
Opportunities (O) (1,95)	Strategi S-O Total $1,98 + 1,95 = 3,93$	Strategi W-O Total $0,79 + 1,95 = 2,74$
Threats (T) (0,90)	Strategi S-T Total $1,98 + 0,90 = 2,88$	Strategi W-T Total $0,79 + 0,90 = 1,69$

Sumber: Penelitian Lapangan (data diolah),
12 Juni 2025

Berdasarkan total skor yang ditunjukkan dalam tabel 4.4 diatas, strategi SO memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 3,93 dibandingkan dengan strategi lain, strategi yang cocok untuk membangun keunggulan bersaing KSPPS HBB Padang Panjang yaitu menggunakan strategi SO (*Strength Opportunity*), dengan mengintegrasikan kekuatan dan peluang yang ada guna meraih peluang yang maksimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis faktor internal, KSPPS HBB memiliki nilai kekuatan sebesar 1,98 dan kelemahan 0,79 sehingga total skor internal mencapai 2,77. Koperasi memiliki kondisi internal yang cukup kuat, terutama dalam aspek pelayanan ramah, margin pembiayaan yang rendah dan laporan tahunan yang transparan. Di sisi eksternal, total nilai peluangnya adalah 1,95 dan ancaman yaitu 0,90 sehingga skor eksternal totalnya 2,85. Koperasi memiliki peluang

besar untuk berkembang, seperti melalui kerja sama dengan bank lain, dukungan pemerintah, serta layanan untuk UMKM. Dengan total nilai kekuatan dan peluang yang tinggi, dapat disimpulkan bahwa KSPPS berada dalam posisi strategis yang baik dan layak untuk dikembangkan guna meningkatkan daya saing di tengah persaingan lembaga keuangan syariah.

Strategi yang dirumuskan dari hasil analisis SWOT keunggulan bersaing KSPPS HBB Kota Padang Panjang yaitu strategi S-O (*Strength Opportunity*) yaitu: Menjadikan margin yang rendah untuk menjalin kerja sama dengan bank lain untuk mendapatkan tambahan dana untuk pembiayaan, Menjadikan pelayanan yang ramah di lokasi strategis untuk menarik lebih banyak anggota baru, Memanfaatkan prosedur layanan yang sederhana serta melibatkan anggota dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, Menggunakan laporan tahunan yang jelas untuk memperoleh kepercayaan dan dukungan dari pemerintah terhadap koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2013). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta, Rajawali Pers.
- Basrowi. (2016). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Bhinadi Ardito. (2018). *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Dirgantoro Crown. (2001). *Keunggulan Bersaing Melalui Proses Bisnis*. Jakarta: Grasindo.
- E Michael Porter. (2008). *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Superior*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Hamdira, Agyl Ishaq. (2020). "Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Kartu E-Money Untuk Peningkatan Kinerja Pemasaran". *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi*, Vol 4, N0 2, hlm 60-74
- Hasyim Hasnil. (2018). "Regulasi dan Eksistensi Koperasi Syariah di Kota Depok", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 2, No, hlm 171-183
- Hazarudin. (2018). *Manajemen Strategik*. Palembang: Nurfikri Offset
- Mardani. (2017). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Kencana.

- Matnin dan Aang Kunaefi. (2020). *Manajemen Keuangan dan Bisnis Islam*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Nainggolan Arison. (2018). "Competitive Advange dan Upaya Meningkatkan Laba Perusahaan, *Jurnal Manajemen*". Vol 4, No 1, hlm 1-14
- Nurul Ikhsani dkk. (2023) *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Banten, PT Sada Kurnia Pustaka.
- R Fred David. (2010). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta, Rajawali Press.
- Rangkuti Freddy. (1997). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rudiana, Ahmad. (2023). *Manajemen Strategik Berbasis Keunggulan Kompetitif*. Bandung, Penerbit Yrama Widya.
- Saban Echdar Saban. (2028). *Manajemen Entrepreneurship Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Syakir, Muhammad Sula. (2013). *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. (2008). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yatminiwati, Mimin. (2019). *Manajemen Strategi*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Hunger, David dan Thomas Wheelen. (2003). *Manajemen Strategies*. Yogyakarta: Penerbit ANDI