

SKRIPSI

**RESISTENSI LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH
DALAM MENGHADAPI PERBANKAN SYARIAH DI
SEKTOR PEMBIAYAAN MIKRO (KAJIAN PADA PT.
BPRS HIKMAH WAKILAH KOTA BANDA ACEH
TAHUN 2022)**



Disusun Oleh:

**Syahrian
NIM. 170603145**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022M / 1443H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Syahrian

NIM : 170603145

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 26 Juli 2022

Yang Menyatakan,


Syahrian



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah
Dengan Judul:

**Resistensi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam
Menghadapi Perbankan Syariah Di Sektor Pembiayaan Mikro
(Kajian Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Kota Banda Aceh
Tahun 2022)**

Disusun Oleh:

Syahrian

NIM. 160602152

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam Penyelesaian Studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Azharsyah, S.E., Ak. M.S.O.M.

NIP. 19781112200511003

Ana Fitria, S.E., M.Sc.

NIP. 199009052019032019

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag

NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Resistensi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam
Menghadapi Perbankan Syariah Di Sektor Pembiayaan Mikro
(Kajian Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh)**

Syahrhan

170603145

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) Dalam
Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal:

26 juli 2022 M
26 Dzulhijjah 1443 H

Banda Aceh

Dengan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Dr. Azharsyah, S.P., Ak. M.S.O.M.

NIP. 19781112200511003

Penguji I

Sekretaris

Ana Fitria, S.P., M.Sc.

NIP : 199009052019032019

Penguji II

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc

NIP: 197209072000031000

Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak., CA., CF

NIP : 197410152006041002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-raniry Banda Aceh

Dr. Zaki Fuad, M.Ag

NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Syahrian
NIM : 170603145
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : 170603145@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKKU Skripsi

yang berjudul:

Resistensi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Menghadapi Perbankan Syariah Di Sektor Pembiayaan Mikro (Kajian Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Kota Banda Aceh Tahun 2022)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 26 Juli 2022

Mengetahui,

Penulis

Syahrian
M. 170603145

Pembimbing I

Dr. Zuharsyah S.E., Ak. M.S.O.M.
NIP. 1978112200511003

Pembimbing II

Ana Pitra, S.T., M.Sc.
NIP.199009052019032019

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil'alamin,

Segala puji bagi Allah Swt, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan ribuan nikmat dan rahmat yang tidak terhitung jumlahnya. Semoga Allah Swt selalu memberikan kesehatan, melindungi dimanapun berada dan selalu memberikan kemudahan bagi hamba-Nya yang bertakwa. Shalawat berbingkaikan salam tidak lupa dihadiahkan kepada Baginda Nabi Besar Muhammad Saw, beserta keluarga dan para sahabat beliau. Alhamdulillah atas izin Allah Swt yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Resistensi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Menghadapi Perbankan Syariah Di Sektor Pembiayaan Mikro (Kajian Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Kota Banda Aceh)”**.

Skripsi yang penulis ajukan ini merupakan tugas akhir yang menjadi salah satu syarat agar diperolehnya gelar Sarjana Ekonomi pada prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam pembuatan proposal skripsi ini, baik dari awal pencarian masalah yang akan diteliti maupun penentuan judul hingga akhir penelitian dan didapatkannya hasil penelitian penulis merasa dimudahkan. Penulis mengucapkan ribuan terima kasih atas doa, semangat, arahan serta bimbingan dari berbagai pihak yang turut membantu dalam penyelesaian proposal skripsi ini. Maka dari itu, penulis

mengucapkan rasa hormat serta terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu terutama:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M.Ag dan Ayumiati, SE., M.Si, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi (Prodi) Perbankan Syariah, Mukhlis, S.HI., S.E., M.H selaku admin Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
4. Dr. Azharsyah, SE., AK., M.S.O.M sebagai dosen pembimbing I yang dengan sabar telah meluangkan waktu, untuk memberikan bimbingan, nasehat, dukungan dan ilmunya kepada penulis selama dalam waktu bimbingan sehingga proposal skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik.
5. Ana Fitria, SE.,M.Sc sebagai dosen pembimbing II dan sekaligus menjadi Penasehat Akademik yang telah menjadi dosen wali dan memberikan informasi juga arahan selama penulis menempuh pendidikan beserta para dosen lainnya, staf dan pegawai pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan semangat selama perkuliahan hingga akhir dalam penyelesaian tugas akhir ini.

6. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec.,M.Ec.,M.Sc selaku penguji I dan Evy Iskandar,S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CPA selaku penguji II dalam sidang Munaqasyah Skripsi yang telah membantu penulis dalam penilaian skripsi sehingga didapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
7. PT. BPRS Hikmah Wakilah yang telah banyak meluangkan waktu dan tulus membantu penulis dalam perolehan data, mengarahkan dalam melakukan sesi wawancara, memberikan informasi dan bertindak sebagai salah satu narasumber penelitian. Tanpa bantuan dan arahan lembaga tersebut, peneliti tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Para akademisi yang berasal dari dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan waktu dan tempat serta jawaban yang sangat baik sehingga penelitian ini mendapatkan banyak informan yang akan berpengaruh pada hasil penelitian skripsi ini nantinya.
9. Kedua Orang Tua tercinta, ribuan terima kasih penulis ucapkan yang telah memberikan banyak doa, dukungan, motivasi, cinta dan kasih sayang, didikan, pengorbanan serta dukungan moral maupun materil yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan diberi kemudahan Alhamdulillah. Kepada saudara saya Abang-abang dan Kakak-kakak saya serta keluarga besar lainnya yang telah memberikan dukungan doa dan

semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

10. Kepada sahabat dan teman teman saya yang telah membantu dalam penelitian serta menemani saya dalam suka dan duka serta selalu memberikan dukungan berupa semangat motivasi dalam penyelesaian skripsi ini. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan terkhusus Perbankan Syariah letting 2017 yang membantu dalam memberikan semangat besar kepada penulis dan bersama-sama berjuang untuk mendapatkan ilmu serta menyelesaikan tugas akhir. Sangat besar harapan penulis agar semua dukungan moral serta materil dapat dibalas kebaikannya oleh Allah Swt dengan keberkahan dan pahala yang berlipat ganda. Penulis sangat berharap terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini agar nantinya dapat berguna dan memberikan banyak manfaat terutama kepada penulis, pembaca dan pihak pihak lainnya yang membutuhkan serta menjadi hal positif bagi banyak orang. Pada akhir kata pengantar ini, penulis memiliki keinginan yang besar agar penelitian pada skripsi ini tidak hanya dilakukan sebagai syarat kelulusan agar memperoleh gelar Sarjana Ekonomi semata, namun juga memberikan edukasi dan pemahaman yang tidak didapatkan dari bahan bacaan lainnya dan memberikan dampak positif yang berguna untuk membangun perkembangan ilmu pengetahuan. Aamiin Ya Rabbal 'Aalamiin

Banda Aceh, 26 Juli 2022
Penulis,

Syahrian



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ي / اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. Ta Marbutah (ة)

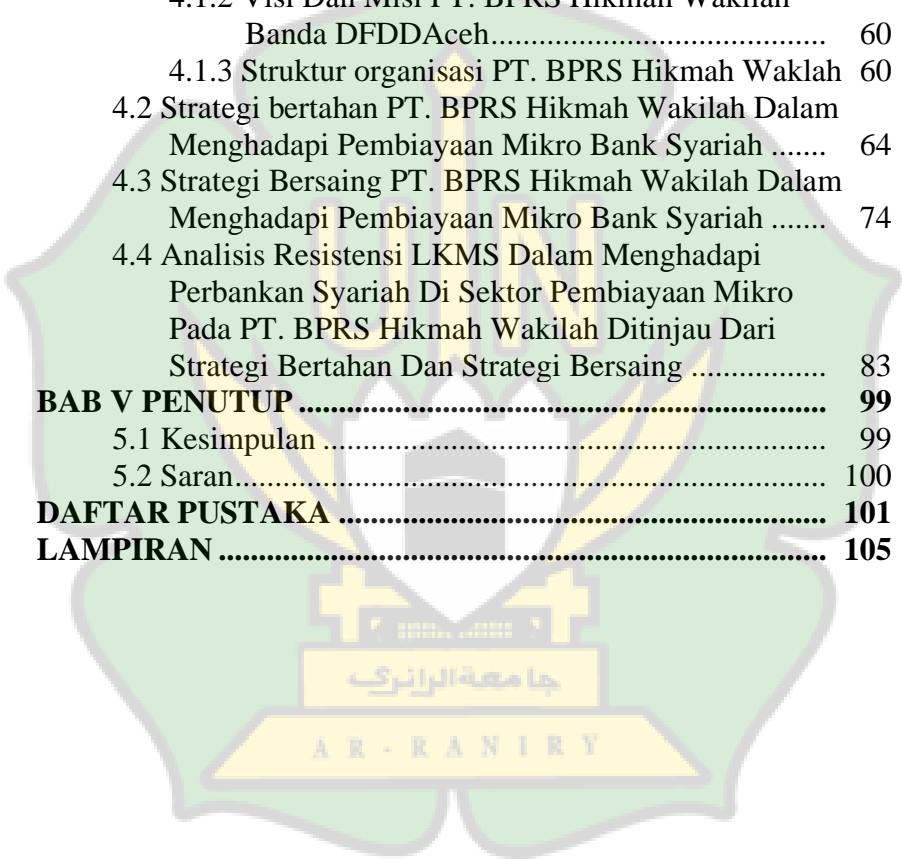
Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati
Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

DAFTAR ISI

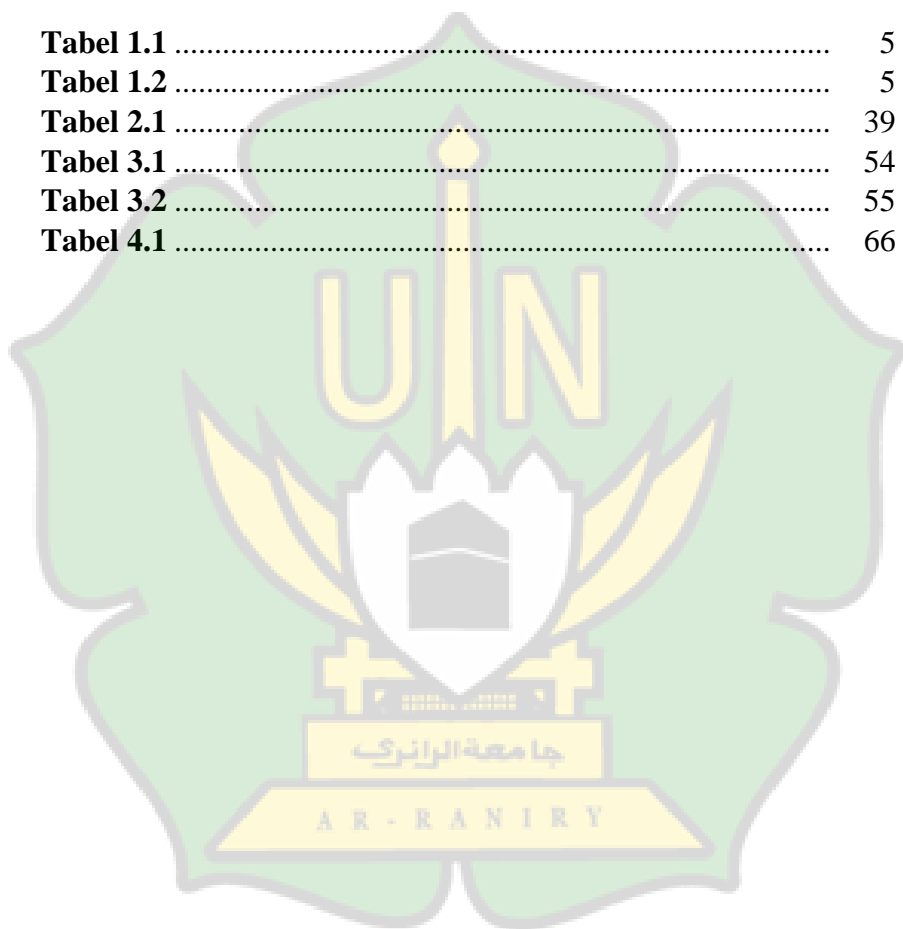
SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS).....	9
2.1.1 Pengertian LKMS	9
2.1.2 Jenis LKMS.....	10
2.1.3 Peran LKMS	11
2.1.4 Produk-produk LKMS	14
2.2 Resistensi.....	21
2.2.1 Pengertian Resistensi	21
2.2.2 Bentuk-bentuk Resistensi.....	22
2.2.3 Faktor-faktor Resistensi	23
2.2.4 Strategi Bertahan Lembaga Keuangan Mikro Syariah	24
2.2.5 Strategi Bersaing Lembaga Keuangan Mikro Syariah.....	28
2.3 Penelitian Terdahulu	35
2.4 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	51

3.1 Desain Penelitian.....	51
3.2 Sumber Data.....	52
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4 Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh	58
4.1.1 Sejarah Singkat PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda JJHNAceh.....	58
4.1.2 Visi Dan Misi PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda DFDDAceh.....	60
4.1.3 Struktur organisasi PT. BPRS Hikmah Waklah	60
4.2 Strategi bertahan PT. BPRS Hikmah Wakilah Dalam Menghadapi Pembiayaan Mikro Bank Syariah	64
4.3 Strategi Bersaing PT. BPRS Hikmah Wakilah Dalam Menghadapi Pembiayaan Mikro Bank Syariah	74
4.4 Analisis Resistensi LKMS Dalam Menghadapi Perbankan Syariah Di Sektor Pembiayaan Mikro Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Ditinjau Dari Strategi Bertahan Dan Strategi Bersaing	83
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	5
Tabel 1.2	5
Tabel 2.1	39
Tabel 3.1	54
Tabel 3.2	55
Tabel 4.1	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN.....	42
------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lembaga keuangan hari ini telah memperlihatkan perannya yang sangat besar dalam pengembangan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat industri modern. Dengan berbagai macam kreativitas produksi saat ini dengan kebutuhan investasi yang membutuhkan modal besar hampir tidak mungkin terpenuhi tanpa adanya suntikan dana dari lembaga keuangan. Lembaga keuangan sudah menjadi tumpuan bagi para pengusaha untuk mendapatkan tambahan modalnya melalui mekanisme kredit atau pembiayaan dan menjadi tumpuan investasi melalui mekanisme *saving*, sehingga lembaga keuangan tanpa disadari pun memiliki peranan yang sangat besar dalam mendistribusikan sumber-sumber daya ekonomi di kalangan masyarakat (Ridwan, 2004).

Besarnya peran lembaga keuangan dalam pertumbuhan perekonomian ikut menyirami kalangan menengah ke bawah, seperti Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Upaya membantu masyarakat kecil dan Penanggulangan kemiskinan terus digenjut, salah satunya dengan upaya pemberdayaan kelompok dengan pengembangan *microfinance*, yakni suatu model penyedia jasa keuangan bagi masyarakat yang memiliki usaha pada sektor paling kecil yang tidak dapat mengakses jasa bank karena berbagai keterbatasan atau disebut dengan lembaga keuangan mikro (Amalia, 2009).

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) di Indonesia saat ini berkembang pesat dan mempunyai peran penting dalam

meningkatkan perekonomian masyarakat. Pesatnya perkembangan LKM ini karena hampir 51,2 juta unit atau 99,9% pelaku usaha dalam perekonomian Indonesia didominasi oleh unit usaha mikro dan kecil (Sakti, 2013). LKM bisa dikatakan sebagai salah satu pilar penting dalam proses intermediasi keuangan yang dibutuhkan oleh masyarakat kecil dan menengah guna untuk konsumsi maupun produksi serta juga menyimpan hasil usaha mereka.

Di Indonesia, LKM diatur dalam Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro. Menurut Pasal 1 (1) Undang-undang No. 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro, yang dimaksud dengan LKM adalah lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan.

Berdasarkan definisi di atas dapat dipahami bahwa LKM merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga *intermediary* yang bertujuan tidak hanya semata-mata mencari keuntungan (*profit motive*) saja, tetapi mempunyai tujuan lain yakni tujuan sosial (*social motive*) yang kegiatannya lebih bersifat *community development* (Baskara, 2013).

LKM sebelum beroperasi harus mendapat izin terlebih dahulu dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Pasal 9 UU-LKM). Bentuk badan hukumnya bisa berbentuk koperasi dan Perseroan Terbatas (Pasal 5 UU-LKM). Kegiatan usaha LKM bisa meliputi jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik

melalui pinjaman atau pembiayaan usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha (Pasal 11 UU-LKM).

Selain menjalankan aktivitas secara konvensional, LKM juga bisa beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Perbedaan yang paling mendasar adalah pada prinsipnya, di mana pada produk, akad dan operasinya terapkan prinsip syariah. Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) menyediakan dana kepada masyarakat yang harus dikembalikan sesuai dengan yang diperjanjikan menurut prinsip syariah sebagaimana yang terdapat pada Pasal 1 (4) UU-LKM. LKMS dalam menjalankan usahanya harus merujuk kepada fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Di samping itu, LKMS juga wajib membentuk Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas memberi nasihat dan saran kepada direksi atau pengurus, dan mengawasi kegiatan LKM sesuai dengan prinsip syariah yang terdapat pada Pasal 12 & 13 UU-LKM. Salah satu LKM yang menjalankan prinsip syariah adalah PT. BPRS Hikmah Wakilah.

PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah LKMS yang ada di Aceh. LKMS ini adalah salah satu alternatif peminjaman atau pembiayaan bagi pengusaha, maupun pedagang pasar yang ada di Aceh. Kehadiran PT. BPRS Hikmah Wakilah sangat mendapatkan apresiasi dari masyarakat dan juga sangat membantu masyarakat setempat. PT. BPRS Hikmah Wakilah tidak hanya berorientasi pada kegiatan yang bersifat sosial saja, namun juga sebagai lembaga yang berorientasi bisnis yang dapat menyalurkan kreditnya kepada masyarakat sebagai tambahan modal untuk meningkatkan usahanya.

Selama kehadiran PT. BPRS Hikmah Wakilah di kalangan masyarakat setempat, LKMS ini berhasil meraih citra sangat bagus. Hal ini terbukti dengan penghargaan Golden Award yang didapatkan PT. BPRS Hikmah Wakilah dari majalah Infobank dengan predikat sangat bagus atas kinerja keuangan periode 2012-2016. Penghargaan tingkat Nasional dari Infobank untuk yang ke 8 kalinya berturut-turut dengan predikat “BPR Syariah berkinerja sangat bagus kinerja keuangan tahun buku 2018 untuk kategori aset 50 sd 100 Milyar Rupiah” (Analisaaceh.com). Produk unggulan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah Pembiayaan murabahah yang berhasil mendominasi 65% pada tahun 2019, 75% pada tahun 2020, dan 80% pada tahun 2021.

Meskipun LKMS didirikan untuk membantu masyarakat kecil yang kesulitan mendapatkan pembiayaan dari perbankan, namun dewasa ini pihak perbankan melihat bahwa pembiayaan mikro sangat berpotensi. Melihat perkembangan LKMS yang ada, pihak perbankan juga sudah merambah ke masyarakat menengah ke bawah khususnya bank syariah dengan menawarkan produk serupa yaitu pembiayaan mikro bahkan dengan tingkat bagi hasil yang lebih rendah. Bahkan salah satu bank syariah terbesar di Indonesia pada tahun 2021 menargetkan peningkatan produk pembiayaan mikro mereka harus meningkat 50 % dari tahun sebelumnya. Hal ini tentu akan memicu persaingan dengan lembaga keuangan mikro syariah, khusus pada PT. BPRS Hikmah Wakilah. Hal ini tentu akan menjadi ancaman bagi LKMS lainnya.

Dengan kehadiran produk pembiayaan mikro dari bank syariah tentu menjadi ancaman bagi PT. BPRS Hikmah Wakilah

karena pangsa pasar akan berkurang bahkan tidak kemungkinan beralih dari mereka, apalagi dengan kelebihan yang ditawarkan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan Tahunan Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh Tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	978
2020	1.128
2021	1.173

Sumber: Laporan Perkembangan Tahunan Pembiayaan Murabahah PT. BPRS Hikmah Wakilah (2019-2021)

Unutuk melihat perbandingan PT. BPRS Hikmah Wakilah dengan BPRS pesaing, misalnya PT. BPRS Mustaqim maka PT. BPRS Hikmah Wakilah lebih berkembang dari data di bawah ini.

Tabel 1.2
Perkembangan Tahunan Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPRS Mustaqim Tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	2.354
2020	2.050
2021	2.150

Sumber: Skripsi Asri Ariefandi Hamdani (2022)

Dari data di atas bila dilihat dari perkembangan nasabah dalam setiap tahunnya menunjukkan bahwa PT. BPRS Hikmah Wakilah pada tahun 2019 dan 2020 mengalami kenaikan sebanyak 15% sedangkan PT. BPRS Mustaqim mengalami penurunan sebanyak 12%. Meskipun demikian PT. BPRS Hikmah Wakilah harus berpikir dan berusaha lebih keras lagi dalam mengembangkan strategi bertahan

dan bersaing mereka, karena masih banyak lembaga keuangan yang menawarkan pembiayaan mikro sebagai pesaing mereka.

Dalam rangka mewujudkan LKMS bertahan, tangguh, dan efisien, serta mampu bersaing dengan perbankan syariah di sektor pembiayaan mikro, maka diperlukan strategi pengembangan produk, partisipan, edukasi, promosi peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM), dan bukti fisik LKMS (Pujianto, 2020). Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan Seka Pujianto pada PT. BPRS Aman Syariah Sekampung pada tahun 2020 menggunakan teori diatas, hasil penelitian itu menyatakan bahwa PT. BPRS Aman Syariah Sekampung dapat bertahan bahkan bersaing dengan produk KUR bank konvensional.

Berdasarkan pemahaman diatas dapat dipahami bahwa LKMS dalam hal pembiayaan mikro, perlu mengupayakan usaha dalam rangka mempertahankan kelembagaan di tengah persaingan dengan produk perbankan syariah. Pembiayaan Mikro pada bank syariah menjadi tantangan bagi BPRS, dan menjadi salah satu pesaing BPRS dalam menarik minat nasabah. Hal ini mempengaruhi Resistensi BPRS dalam memberikan pelayanannya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “***Resistensi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Menghadapi Perbankan Syariah Di Sektor Pembiayaan Mikro***”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat peneliti tetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja strategi bertahan yang diterapkan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah?
2. Apa saja strategi bersaing yang diterapkan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Bertitik tolak pada latar belakang permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian penulis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi bertahan yang diterapkan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah.
2. Untuk mengetahui strategi bersaing yang diterapkan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat dibagi kepada manfaat praktis dan manfaat akademis:

1. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini, yaitu sebagai sarana pengetahuan bagi LKMS dalam mempertahankan resistensinya dalam bersaing dengan lembaga keuangan lain khususnya pada lembaga keuangan yang sedang peneliti bahas yaitu PT. BPRS Hikmah Wakilah.

2. Secara Akademis

Adanya penelitian ini mengandung manfaat secara akademis sebagai bahan untuk memberikan wawasan, informasi dan pemahaman kepada mahasiswa yang mempunyai kepentingan dan berkaitan terhadap penelitian ini.

1.5 Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan ini dapat tersaji secara teratur dan tersusun secara sistematis, pembahasannya akan disajikan dalam lima bab, yaitu sebagai berikut:

- Bab I** berisi pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan pembahasan, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan penelitian ini.
- Bab II** menjelaskan bagaimana kerangka teori yang berkaitan dengan resistensi bersaing LKMS dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah, kerangka berpikir dan penelitian terdahulu.
- Bab III** menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi dari pada jenis penelitian yang digunakan, sumber data, teknik pengumpulan data hingga teknik analisis data.
- Bab IV** menjelaskan dan menguraikan tentang hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan.
- Bab V** merupakan bab yang terakhir atau penutup yang di dalamnya mengutarakan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS)

2.1.1 Pengertian LKMS

Menurut Darwanto (dikutip dalam Muslimin, 2015) Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) tidak jauh berbeda dengan perbankan syariah, LKMS merupakan lembaga intermediasi sebagai bank pada umumnya, akan tetapi bergerak di industri kecil menengah. LKMS juga didefinisikan sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan ekonomi pengusaha kecil berdasarkan prinsip syariah dan prinsip koperasi.

LKMS dalam definisi yang lain diartikan sebagai lembaga yang berfungsi sebagai lembaga ekonomi yang bertugas meningkatkan kegiatan para pengusaha kecil menyangkut produksi, konsumsi, distribusi barang dan jasa dengan tujuan akhir mengembangkan usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kegiatan menabung dan pembiayaan usaha ekonomi (Sari, 2005).

LKMS adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan (Rusydia, 2018)

Dapat diambil kesimpulan berdasarkan definisi di atas bahwa LKMS adalah lembaga ekonomi komersil yang didirikan untuk

pengembangan usaha berskala mikro dan masyarakat lapisan bawah serta memberikan literasi dalam mengembangkan usaha mikro, khususnya memahami bauran pemasaran.

2.1.2 Jenis LKMS

Pasal 8 Undang-undang No. 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro menyebutkan bahwa LKM hanya dapat dimiliki oleh warga negara Indonesia, badan usaha milik desa/kelurahan, Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota; dan/atau, Koperasi. Namun berdasarkan basis operasionalnya LKMS di Indonesia dibagi ke dalam 4 jenis, yaitu LKMS berbasis koperasi, perbankan, adat, dan lembaga daerah (Darsono, 2017).

1. LKMS berbasis koperasi

Dari berbagai jenis LKMS salah satunya yang beroperasi dengan berbadan hukum koperasi. Berdasarkan keputusan kementerian koperasi dan UMKM No. 91/Kep/M.KUMKM/IX/2004 tahun 2004, koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

2. LKMS berbasis perbankan

Keterbatasan dalam mengakses pembiayaan untuk mengembangkan usaha adalah permasalahan yang sampai hari ini masih dialami oleh UMKM khususnya di Indonesia, sehingga LKMS di Indonesia pun ikut berkontribusi untuk

menyelesaikan permasalahan ini. Implementasi LKM berbasis perbankan sudah dikenal sejak lama. Aktivitas perkreditan rakyat sudah dimulai sejak masa penjajahan Belanda pada abad ke 19 dengan nama (BKR).

3. LKMS berbasis lembaga daerah

Selain LKMS berbasis koperasi dan perbankan, juga terdapat LMKS berbasis lembaga daerah yang diinisiasi oleh pemerintah daerah dan swadaya masyarakat. Berdasarkan Undang-undang No. 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro menjelaskan bahwa LKM ini beroperasi di wilayah perdesaan/kelurahan, kecamatan, hingga kabupaten/kota.

4. LKMS berbasis Adat

Di Indonesia sendiri LKMS yang berbasis adat dengan pengelolaan berprinsip syariah memang belum pernah ada yang beroperasi. Akan tetapi, jika LKM berbasis adat yang beroperasi dengan sistem konvensional sudah pernah ada di Indonesia tepatnya di Sumatera Barat, yaitu BPR Lumbang Pitih Nagari (LPN) Kampung Manggis yang pada 29 november 2017 telah dicabut izin usahanya oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pencabutan izin usaha ini tertuang dalam Salinan Keputusan Anggota Dewan Komisioner (KDK) Nomor KEP-213/D.03/2017.

2.1.3 Peran LKMS

LKMS tidak jauh berbeda dengan perbankan syariah, LKMS merupakan lembaga intermediasi sebagaimana bank pada umumnya,

akan tetapi bergerak di industri kecil dan menengah. Secara lembaga LKMS hampir sama dengan perbankan syariah, maka produk dan jasa yang disediakan pun sama-sama beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Harapan terbesar dengan berkembangnya LKMS ini adalah menjadi satu solusi dalam membangun ekonomi umat Islam di Indonesia. Berikut peran-peran LKMS dalam membangun ekonomi umat Islam (Darsono, 2017):

1. Mengurangi kemiskinan

Mengurangi kemiskinan merupakan tujuan utama dari LKMS, dengan kehadiran LKMS, diharapkan dapat melepaskan ketergantungan masyarakat terhadap rentenir dalam memenuhi dana dengan segera.

2. Pemerataan distribusi untuk keadilan ekonomi masyarakat

Sulitnya akses keuangan terhadap masyarakat lapisan bawah, terutama di pedesaan pelosok menyumbang jumlah masyarakat miskin terbanyak. Namun sejak lahirnya LKMS menjadikan masyarakat lapisan bawah sedikit lebih lega, karena akses mereka terhadap keuangan mulai terbuka. Secara tidak langsung, terbukanya akses keuangan terhadap masyarakat lapisan bawah menjadi suatu cara untuk mencapai pemerataan ekonomi. Sehingga, LKMS dapat menjadi penghubung antara kaum kaya dan kaum miskin atau dhuafa. Namun, tentunya evaluasi terhadap skala prioritas harus diperhatikan oleh LKMS agar tidak salah sasaran, seperti kelayakan nasabah dan jenis pembiayaan yang dilakukan

3. Memberdayakan masyarakat

Selain bertanggung jawab dalam memberikan akses keuangan yang baik kepada masyarakat miskin, LKMS juga melakukan pemberdayaan masyarakat. Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan mikro, LKMS harus aktif, misalnya dengan jalan pendampingan, penyuluhan, pembinaan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabahnya. Untuk dapat berjalan dengan baik maka keberlanjutan (sustainability) LKMS harus diperhatikan agar dapat secara konsisten memberdayakan masyarakat dengan meningkatkan kemampuan diri dan lembaga masyarakat lokal.

4. Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM memiliki kemampuan produktif dan memberikan kontribusi besar bagi ekonomi nasional. Hal ini dibuktikan ketika terjadi krisis ekonomi tahun 1998, UMKM berperan dalam memulihkan ekonomi dan juga mengurangi pengangguran. Namun, dibalik kesuksesannya UMKM memiliki kesulitan dalam memperoleh jasa keuangan dari lembaga keuangan formal, seperti bank. Oleh karena itu, potensi LKMS dalam mengembangkan UMKM di Indonesia sangat besar, meningkat 97% usaha kecil adalah usaha mikro yang belum terjangkau pelayanan perbankan. Kendala permodalan yang dihadapi oleh UMKM dapat diatasi dengan mengoptimalkan peran LKMS dalam memberikan akses permodalan sesuai dengan prinsip syariah dan skema ekonomi Islam.

2.1.4 Produk-produk LKMS

Berdasarkan Undang-undang No. 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro, kegiatan usaha LKM meliputi jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui Pinjaman atau Pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha.

Begitu juga dengan LKMS tetapi dengan prinsip syariah. LKMS melahirkan berbagai macam jenis produk pengumpulan dan penyaluran dana. Sebagai gambaran ringkas tentang produk-produk LKMS tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

2.1.4.1 Produk Pengumpulan Dana

Produk pengumpulan dana adalah produk berbentuk *saving* yang dalam prosesnya terkait atau tidak terkait atas jangka panjang waktu dan syarat-syarat dalam penyertaan dan penarikan. Adapun akad yang paling sering digunakan pada produk *saving* di LKMS adalah *Wadi'ah dan Mudharabah* (Muhammad, 2000).

1. Simpanan *Wadi'ah* merupakan titipan atau simpanan pada lembaga jasa keuangan. Prinsip *wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lainnya, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Simpanan *wadi'ah* ini terbagi kepada dua, yaitu:
 - a. *Wadi'ah yad amanah*, yaitu titipan murni dengan beberapa ketentuan, yaitu lembaga keuangan syariah wajib menjaga dana yang dititipkan dan tidak boleh digunakan atau diambil manfaatnya. Oleh karena

dananya tidak boleh digunakan, maka sebagai kompensasi atas tanggung jawab penjagaan atau pemeliharaan, pihak nasabah dapat dikenakan biaya titipan.

- b. *Wadi'ah yad dhamanah*, yaitu lembaga keuangan syariah sebagai penerima simpanan dapat memanfaatkan dana titipan seperti *saving*, dan deposito berjangka untuk dimanfaatkan bagi kepentingan masyarakat dan kepentingan negara, dengan syarat si pengelola dalam hal ini harus memperoleh izin dari si pemilik dana dengan ketentuan si pengelola harus bertanggung jawab atas segala kerusakan dan kehilangan yang menimpa dana tersebut.
2. Simpanan *Mudharabah* adalah simpanan pemilik dana yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Pada simpanan *mudharabah* pihak pertama menyediakan seluruh modal, dalam hal ini nasabah yang menabung adalah penyedia dana untuk dikelola oleh lembaga keuangan syariah dengan menggunakan prinsip *mudharabah*, baik itu *mudharabah muthlaqah* maupun *mudharabah muqayyadah* yang hasilnya akan dibagi sesuai dengan porsi atau nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

2.1.4.2 Produk Penyaluran Dana / Pembiayaan Mikro

Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya kepada nasabah dengan

ketentuan yang berbeda tergantung dengan lembaga keuangan tersebut.

2.1.4.2.1 Pengertian Pembiayaan Mikro

Pembiayaan mikro adalah *financing* atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan orang lain dalam skala mikro. Dalam arti sempit, pembiayaan mikro dipakai untuk pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah atau LKMS kepada nasabah. (Muhammad, 2005).

Kehadiran produk pembiayaan mikro sudah menjadi bagian dari pertumbuhan ekonomi khususnya di Indonesia. Pembiayaan mikro hadir untuk membantu kebutuhan akses kelompok usaha mikro dan masyarakat lapisan bawah untuk mendapatkan modal usaha mikro yang berbasiskan prinsip-prinsip syariah. Sehingga masyarakat lapisan bawah dan pelaku usaha mikro yang ingin meningkatkan usahanya bisa menjadikan produk ini sebagai solusinya baik dari LKMS maupun dari lembaga keuangan lainnya yang menyediakan produk pembiayaan mikro syariah.

2.1.4.2.2 Produk-Produk Pembiayaan Mikro

Pada dasarnya pembiayaan yang diberikan LKMS bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan pendapatan LKMS. Sasaran pembiayaan ini untuk semua sektor ekonomi, seperti pertanian, industri rumah tangga, perdagangan dan jasa. Ada dua jenis akad dalam pembiayaan, yaitu akad *syirkah* dan akad jual beli, yang kemudian dikembangkan oleh LKMS menjadi berbagai jenis pembiayaan sebagai berikut (Muhammad, 2000).

1. Pembiayaan *Murabahah*, yaitu kegiatan jual beli barang pada harga pokok dengan tambahan yang disepakati. Dalam pembiayaan ini si penjual harus memberitahukan harga pokok barang yang dibelinya serta memberitahukan tingkat keuntungan yang diambil sebagai tambahan. Sesudah menyepakati tambahan atas harga pokok, maka lama pembiayaan atau pengembalian pembiayaan juga harus disepakati serta besaran angsuran kalau memang akan dibayarkan secara angsuran.
2. Pembiayaan *Mudharabah*, sebagaimana telah dijelaskan di sebelumnya bahwa, *mudharabah* adalah akad kerjasama antara dua pihak yang membuat kesepakatan, dimana pihak yang pertama adalah penyedia seluruh modal dan pihak yang kedua adalah pengelola modal. Ada yang menarik pada pembiayaan ini, dimana ketika usaha yang dikelola mendapatkan keuntungan, maka keuntungan akan dibagi sesuai dengan porsi yang telah tertuang dalam kontrak perjanjian. Sedangkan ketika usaha yang dikelola itu mengalami kerugian, maka kerugian sepenuhnya ditanggung pemilik modal selama kerugian bukan disebabkan karena kelalaian si pengelola. Lain lagi jika kerugian disebabkan kelalaian si pengelola, maka si pengelolah yang harus bertanggung jawab.
3. Pembiayaan *Musyarakah*, adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk mengelola satu usaha tertentu dimana setiap pihak yang bekerjasama ikut berkontribusi memberikan modal usaha dengan kesepakatan keuntungan

dan resiko kerugian ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

4. Pembiayaan *Ijarah*, adalah akad pemindahan hak guna atau pakai atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan (*ownership/milkiyyah*) atas barang itu sendiri.
5. Pembiayaan *Salam*, adalah pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka. Prinsip yang dianut adalah barang yang menjadi objek transaksi harus diketahui terlebih dahulu, baik jenis, kualitas maupun jumlah barangnya dan hukum awal pembayaran dalam bentuk uang.
6. Pembiayaan *Qardhul Hasan*, adalah kontrak perjanjian pinjaman dana antara LKMS dengan anggota atau nasabahnya dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan pokok pinjaman yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati baik *cash* maupun cicilan tanpa adanya tambahan atau pengembalian melebihi pokok. Operasional akad ini berlandaskan Fatwa DSN MUI No. 19/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Qardh*.

2.1.4.2.3 Tujuan Pembiayaan Mikro

Selain pembiayaan makro, terdapat pembiayaan secara mikro yang diperuntukan kepada masyarakat atau pelaku usaha kecil menengah dengan tujuan sebagai berikut (Muhammad, 2005):

- a. Peningkatan ekonomi umat, Masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka

dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian dapat meningkatkan taraf ekonominya

- b. Upaya memaksimalkan laba, artinya: setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan. Laba maksimal maka mereka perlu dana yang cukup.
- c. Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembalikan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya alam dan dan sumber daya manusianya dan sumber modalnya tidak ada, maka diperlukan pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.
- d. Membuka lapangan kerja baru, Dengan dibukanya sektorsektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
- e. Penyaluran kelebihan dana, artinya: dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang memiliki kelebihan sementara ada yang lain ada pihak yang kekurangan. Dalam kaitannya dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan(minus) dana.

2.1.4.2.4 Peranan Pembiayaan Mikro

Pembiayaan juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan di

dalam perekonomian, perdagangan dan keuangan adalah sebagai berikut (Rivai,2008):

- a. Pembiayaan dapat meningkatkan *utility* (daya guna) dari modal/uang.
- b. Pembiayaan dapat meningkatkan *utility* (daya guna) suatu barang.
- c. Pembiayaan meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang.
- d. Pembiayaan menimbulkan semangat usaha masyarakat.
- e. Pembiayaan sebagai alat stabilisasi ekonomi.
- f. Pembiayaan sebagai jembatan untuk peningkatan pendapatan nasional.
- g. Pembiayaan sebagai alat hubungan ekonomi internasional.

Produk penyaluran dana ini ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama yang dilakukan bersama mitra usaha menggunakan pola bagi hasil (*Mudharabah, Musyarakah*) dan dalam bentuk investasi sendiri kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*Murabahah, Salam dan Istishna*) dan pola sewa (*Ijarah*).

2.1.4.2.5 Unsur-unsur Pembiayaan Mikro

Adapun unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian fasilitas pembiayaan adalah sebagai berikut (Muhammad, 2005):

- a. Kepercayaan, yaitu suatu keyakinan pemberi pembiayaan bahwa pembiayaan yang diberikan (berupa uang, barang atau jasa) akan benar-benar diterima kembali di masa tertentu dimasa datang.

- b. Kesepakatan, kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menyetujui hak dan kewajiban masing-masing. Setiap pembiayaan yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian pembiayaan yang telah disepakati. Jangka waktu tersebut bisa berbentuk jangka pendek, jangka menengah atau jangka panjang.
- c. Resiko, adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu resiko tidak tertagih/macetnya pembayaran pembiayaan. Resiko ini menjadi tanggungan LKMS, baik resiko yang disengaja oleh nasabah yang lalai, maupun oleh resiko yang tidak sengaja.
- d. Balas jasa merupakan keuntungan atas pemberian suatu pembiayaan, bagi LKMS yang berdasarkan prinsip syariah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.

2.2 Resistensi

2.2.1 Pengertian Resistensi

Arti kata resistensi di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata *resistance* adalah sikap untuk berperilaku bertahan, berusaha melawan, menentang atau upaya oposisi pada umumnya sikap ini tidak berdasarkan atau merujuk pada paham yang jelas. Kata Resistensi di dalam kamus ilmiah kontemporer mengandung arti daya tahan, hambatan, penolakan, dan daya tolak (Al-Barry, 2000).

Resisten/resistensi atau penolakan sikap bertahan yang terjadi ketika ada sesuatu yang mengancam nilai seseorang atau

individu. Ancaman tersebut bisa saja real atau sebenarnya hanya suatu persepsi saja. Dengan kata lain, ancaman ini bisa saja muncul dari pemahaman yang memang benar atas perubahan yang terjadi atau sebaliknya karena ketidakpahaman atas perubahan yang terjadi (Laihad, 2019).

Sebuah sikap atau bisa dikatakan aksi berusaha, bertahan dan upaya melawan terhadap suatu hal yang dianggap menjadi serangan, adalah definisi resistensi pada umumnya, bisa juga diartikan sebagai cara agar tetap tumbuh maupun berdiri di tengah guncangan suatu tantangan.

2.2.2 Bentuk-bentuk Resistensi

Sebagai bentuk resistensi Lembaga keuangan syariah, maka pada sistem perbankan yang berbasis pada prinsip berbagi risiko dan bagi hasil memiliki beberapa hal (Diah, 2019):

1. Pencari rutinitas (*routine seeking*)

Melibatkan sejauh mana individu menikmati dan berusaha keluar dari lingkungan yang stabil dan rutin, serta mencerminkan keengganan untuk menyerah kebiasaan lama individu dan preferensi tingkat stimulasi rendah atas hal baru.

2. Reaksi emosional (*emotional reaction*)

Mencerminkan sejauh mana individu merasa stress dan tidak nyaman dalam menanggapi perubahan.

3. Fokus jangka pendek (*short-term-focus*)

Melibatkan sejauh mana individu disibukkan dengan ketidaknyamanan jangka pendek dibandingkan dengan

potensi keuntungan jangka panjang perubahan dan dengan itu timbul intoleransi..

4. Kekakuan kognitif (*cognitive rigidity*)

Diidentifikasi sebagai sumber perlawanan dan merupakan bentuk keras kepala dan keengganan untuk mempertimbangkan ide-ide dan perspektif alternatif.

2.2.3 Faktor-faktor Resistensi

Tentunya terdapat faktor-faktor yang menyebabkan munculnya resistensi, terlebih dalam industri lembaga keuangan sendiri yang penuh persaingan, dari persaingan tersebutlah resistensi muncul sebagai dorongan agar dapat bertahan. Adapun penyebab terjadinya resistensi yaitu sebagai berikut (Fasa, 2013).

1. Rasionalitas pemeluk Islam dalam berekonomi, dimana pengejaran keuntungan materi tidak mempertimbangkan persoalan halal haramnya riba.
2. Pemahaman masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah masih rendah.
3. Belum adanya dukungan bulat dari institusi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah tentang haramnya bunga sebagai riba.

Lembaga keuangan syariah di Indonesia menghadapi tantangan dimana beroperasi dalam sistem ekonomi campuran yang kurang didukung regulasi karena pengawasannya masih menyatu dengan konvensional. Sehingga diperlukan strategi pengembangan lembaga keuangan syariah dalam menghadapi persaingan lembaga keuangan konvensional.

2.2.4 Strategi Bertahan Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Setiap produk mengalami perubahan dalam selera konsumen, persaingan yang cepat membuat perusahaan harus mengembangkan arus produk dan jasa baru secara terus menerus, dalam hal ini LKMS pengembangan produk dan daur hidup produk merupakan salah satu solusi untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

Keberhasilan LKMS dalam menghadapi lingkungan persaingan juga ditentukan oleh beberapa strategi berikut (Amalia, 2016):

1. Produk

Adalah kesatuan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat dibeli atau dikonsumsi pasar untuk memuaskan kebutuhan. Beberapa alternatif strategi produk LKMS yaitu:

- a. Pengembangan Produk. Strategi pengembangan produk LKMS merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru LKMS. Strategi ini digunakan agar nasabah semakin mengenal produk serta merangsang pertumbuhan pasar.
- b. Siklus daur hidup produk. Daur hidup produk merupakan langkah atau perangkat yang digunakan oleh pemasar tradisional untuk merumuskan strategi pasar bagi berbagai produk. Produk akan melalui empat tahap yaitu pengenalan, pertumbuhan,

kematangan, dan penurunan. Masing masing tahap memiliki karakteristik masing-masing.

2. Promosi (*Promotion*)

Merupakan alat utama dalam pemasaran sebuah produk. Promosi ini juga yang kemudian banyak menggerus keuangan perusahaan demi memperkenalkan produknya ke pasar, dalam kaitannya dengan strategi bertahan ditinjau dari aspek promosi ini antara lain (Farida, 2016):

- a. Mencermati kondisi dan kemampuan internal. Artinya, sebuah rencana investasi atau pembiayaan harus berangkat dari pertimbangan yang mantap, baik kondisi, kemampuan, dan kesiapan internal lembaga, seperti jaringan kantor, sistem operasional dan pengawasan.
- b. Mengadakan investigasi tentang kendala operasional atau risiko-risiko pembiayaan bagi produk-produk lain yang dimiliki LKMS. Selama ini yang sangat mendominasi adalah pembiayaan mikro Murabahah. Sementara itu pembiayaan Mikro Musyarakah dan Mudharabah jarang digunakan karena mengandung risiko yang lebih tinggi. Hal ini memerlukan pengkajian dan penelitian yang mendalam mengapa skim lain (Mudharabah dan Musyarakah) mengandung risiko lebih tinggi dan terbatas penggunaannya.
- c. Dibutuhkan sosialisasi yang lebih agresif mengenai LKMS. Sosialisasi ini bisa dikatakan dengan

memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi LKMS untuk membuka kantor cabang atau semua pihak yang mampu secara legalitas atau materi untuk mendirikan bank umum syariah di seluruh pelosok negeri. Selain sebagai sarana untuk mensosialisasikan bank syariah, langkah ini juga diperlukan untuk mengurangi perilaku ekonomi masyarakat yang mengandung unsur riba, maysir, dan gharar (Sudarsono, 2012).

3. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan strategi yang berkaitan dengan penempatan perusahaan atau lokasi penjualan produk agar mempermudah konsumen menjangkau tempat tersebut, tempat atau lokasi bisa mempengaruhi ketersediaan produk di pasar dan kemudahan jangkauan konsumen (Fawaid, 2016). Merupakan basis lokasi kantor operasional dan administrasi perusahaan yang memiliki nilai strategis yang memperlancar dan mempermudah penyampaian produk, strategi melalui saluran distribusi adalah sebagai berikut (Nurcholifah, 2014):

- a. Aksesibilitas yaitu kemudahan dalam mengakses lokasi atau mudah dijangkau transportasi umum. visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- b. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Ketersediaan lahan parkir merupakan fasilitas yang

harus disediakan, hal tersebut diperuntukan untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah yang datang ke lokasi.

- c. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari. Ekspansi adalah aktivitas memperbesar atau memperluas usaha yang ditandai dengan penciptaan perluasan fasilitas, perekrutan pegawai, dan lain-lain.
- d. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Lingkungan merupakan hal yang penting dalam berwirausaha dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis.
- e. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. dalam menentukan lokasi usaha, perlu mempertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat usaha yang sama (Sudarsono, 2012).

4. Partisipan (*People*)

Partisipan disini adalah penyedia jasa layanan maupun penjualan, atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri (Diniaty, 2014). Strategi yang dapat dilakukan perusahaan antara lain (Sudarsono, 2012):

- a. Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia di bidang Perbankan. Hal ini diperlukan untuk memicu pengembangan LKMS. Usaha untuk mengembangkan sistem pendidikan yang mengintegrasikan teori dan praktek Perbankan

Syariah diperlukan dalam upaya meningkatkan integritas LKMS di tengah-tengah masyarakat akademik dan non akademik.

- b. Memperhatikan faktor yang tidak bertentangan dengan syariah. Artinya bidang usaha yang akan dibiayai tidak saja harus mampu mendatangkan profit, tetapi juga harus menghasilkan barang atau jasa yang halal (halalan thayyiban). Dengan prinsip ini, LKMS tidak akan memberikan pembiayaan pada suatu usaha yang bertentangan dengan syariah Islam, meskipun diyakini akan memberikan tingkat keuntungan yang besar.
- c. Melakukan diversifikasi portofolio. Dalam memberikan pembiayaan LKMS perlu mengupayakan agar pembiayaan tersebut tidak terkonsentrasi pada suatu sektor ekonomi dan bidang usaha saja seperti halnya juga tidak terkonsentrasi pada seseorang atau sekelompok orang debitur saja serta tidak terkonsentrasi pada satu jenis pembiayaan saja.

2.2.5 Strategi Bersaing Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Strategi Persaingan dihubungkan dengan daur hidup produk, yang berbeda untuk masing-masing perusahaan. Setiap perusahaan menginginkan agar produknya dapat hidup dalam tahap kedewasaan dan berusaha mempertahankan jangka waktu produknya pada tahap ini. Keadaan yang tidak diinginkan menjadi kenyataan ketika produk

memasuki tahap penurunan. Ini merupakan keadaan yang sedang menurun secara absolut dalam penjualan unit selama periode terus menerus (Anoraga, 2009).

Membahas persoalan bank syariah, pada dasarnya bersumber pada konsep uang dalam Islam. Sebab bisnis perbankan tidak lepas dari persoalan uang. Di dalam Islam, uang dipandang sebagai alat tukar, bukan suatu komoditi. Di terima nya peranan uang ini secara meluas dengan maksud melenyapkan ketidakadilan, ketidakjujuran dan penghisapan dalam ekonomi tukar-menukar. Sebagai alat tukar menukar peranan uang sangat dibenarkan, namun apabila dikaitkan dengan persoalan ketidakadilan di dalam ekonomi tukar menukar uang digolongkan sebagai riba al fadl. Oleh karena itu dalam Islam, uang sendiri tidak menghasilkan suatu apapun. Dengan bunga (riba) pada uang yang dipinjam dan dipinjamkan dilarang (apabila memberatkan atau eksploitasi). Timbul pertanyaan mendasar, mengapa bank syariah timbul dan beroperasi? Ada situasi dan keadaan yang menuntut lahir dan beroperasionalnya bank syariah. Masalah pokoknya adalah berkenaan dengan perangkat bunga yang telah dikembangkan oleh bank konvensional. Sebab, apabila ditelusuri lebih jauh, bahwa persoalan bunga bank di Indonesia sendiri sudah lama menjadi ganjalan bagi umat Islam yang harus segera ditemukan pemecahannya (Muhammad, 2011).

Adapun kaitannya dengan persoalan strategi persaingan LKMS, ada beberapa solusi yang menjadi layak untuk diterapkan, yaitu (Ratnawati, 2011):

1. Edukasi

Kegiatan edukasi atau pendidikan ini merupakan strategi mendasar untuk menumbuhkan pemahaman terhadap ekonomi syariah pada umumnya dan perbankan syariah khususnya, bagi semua lapisan masyarakat termasuk generasi muda dan anak-anak. Kegiatan edukasi yang dapat dijadikan strategi perbankan syariah adalah (Subandi, 2012):

- a. Meyakinkan masyarakat khususnya masyarakat muslim di Indonesia untuk menabung dan berhubungan dengan perbankan syariah secara intensif. Termasuk menjelaskan konsep perbankan syariah secara lebih mudah dimengerti berbagai lapisan masyarakat.
- b. Pendekatan rasional meliputi pelayanan yang memuaskan, tingkat bagi hasil dan margin yang bersaing, serta kemudahan akses dan fasilitas. Pendekatan rasional juga bermakna menggunakan akal sehat dan cerdas dalam memilih bank syariah
- c. Pendekatan moral-etis adalah penjelasan rasional tentang dampak sistem ribawi bagi ekonomi negara, bangsa dan masyarakat secara agregat, dan dampaknya terhadap ekonomi dunia. Dengan penjelasan itu, secara moral, tanpa memandang agama, semua orang akan terpenggil untuk meninggalkan sistem riba
- d. Pendekatan spiritual adalah pendekatan emosional keagamaan karena sistem dan label syariah yang melekat pada bank syariah. Pendekatan ini cocok bagi

mereka yang taat menjalankan agama, atau masyarakat yang loyal kepada aplikasi syariah.

2. Promosi

Promosi merupakan bentuk edukasi yang terarah pada segmen pasar potensial dan produk yang akan ditawarkan. Berdasarkan kenyataan bahwa masyarakat belum banyak mengerti prinsip dan operasionalisasi bank syariah, maka strategi promosi yang di kedepankan adalah promosi dengan sistem bank syariah. Bentuk strategi melalui promosi ini diantaranya (Subandi, 2012):

- a. Melakukan sosialisasi dan promosi intensif tentang konsep LKMS, termasuk menjelaskan keuntungan menabung dan mengambil pembiayaan di LKMS.
- b. Langkah-langkah untuk mensosialisasikan keberadaan LKM Syariah, bukan saja produknya tetapi sistem yang digunakannya perlu diperhatikan. Upaya ini dapat dilakukan melalui LKMS sendiri dengan menggunakan strategi pemasaran yang halal, seperti: melalui Informasi mengenai LKMS di media media massa. Hal lain yang ditempuh adalah perlunya kerjasama LKMS dengan lembaga pendidikan atau non pendidikan yang mempunyai relevansi dengan visi dan misi LKMS untuk mensosialisasikan keberadaan LKMS.

3. Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM)

Untuk meningkatkan kemajuan LKMS sudah tentu harus memiliki SDM yang profesional dan kompeten

(Siregar, 2015). Beberapa strategi yang dapat berkaitan dengan peningkatan sumber daya manusia (SDM) perbankan syariah:

- a. Melakukan perekrutan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dengan sistem manajemen modern dan kompetitif.
- b. Usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas SDM dapat dilakukan melalui pelatihan-pelatihan mengenai lembaga keuangan syariah serta lingkungan yang mempengaruhinya. Untuk itu diperlukan kerjasama antara LKMS atau kerjasama LKMS dengan lembaga pendidikan untuk membuka pusat pendidikan lembaga keuangan syariah atau kursus pendek (*shortcourse*) lembaga keuangan syariah. Pusat pendidikan dan *shortcourse* tersebut memiliki tujuan untuk menyediakan SDM yang siap kerja di lembaga keuangan syariah, khususnya BPRS (Sudarsono, 2012).
- c. Penguasaan ilmu dan teknologi adalah persyaratan utama bagi kemajuan dalam berbagai bisnis perjuangan. Lebih-lebih dalam konteks persaingan bisnis pada zaman menggeliatnya ilmu dan teknologi saat ini. Tanpa penguasaan dan usaha terus menerus untuk meningkatkan dan memperbarui ilmu pengetahuan yang relevan, maka konsep bisnis dan keberlangsungannya tidak akan dapat dipertahankan (Hasim, 2005).

4. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah lembaga keuangan mikro syariah ini juga merupakan bukti nyata yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik (*Physical Evidence*) bagi para nasabahnya, yang suatu hari nanti diharapkan akan memberikan sebuah testimonial positif kepada masyarakat umum guna mendukung percepatan perkembangan perbankan syariah menuju arah yang lebih baik lagi dari saat ini (Sari, 2012). Bukti Fisik sebagai bagian dari strategi lembaga keuangan syariah yang dapat diterapkan antara lain (Sudarsono, 2012):

- a. Membangun hubungan baik dengan berbagai Pakar Perbankan termasuk menerima masukan (*Advise*) dari mereka. Dan menjadikan masukan tersebut sebagai pendukung pengambilan keputusan.
- b. Melalui pemetaan potensi dan optimasi ekonomi daerah akan diketahui berapa besar kemampuan LKMS dan lembaga keuangan syariah yang lain dalam mengelola sumber-sumber ekonomi yang ada. Dengan cara itu dapat dilihat kesinambungan kerja di antara LKMS, demikian juga kesinambungan kerja LKMS dengan Bank syariah atau BPRS. Sehingga hal ini akan meningkatkan koordinasi diantara lembaga keuangan syariah.
- c. LKMS bertanggung jawab terhadap masalah keislaman masyarakat dimana LKMS tersebut berada, maka perlu dilakukan kegiatan rutin

keagamaan dengan tujuan meningkatkan kesadaran peran islam dalam bidang ekonomi. Demikian juga dengan pola ini dapat membantu LKMS dalam mengetahui gejala-gejala ekonomi-sosial yang ada di masyarakat. Hal ini akan menjadikan kebijakan LKMS di bidang keuangan lebih sesuai dengan kondisi masyarakat (Marketable)

- d. Mencermati kondisi atau faktor eksternal seperti kondisi serta prospek ekonomi dan bisnis secara makro. Termasuk di dalamnya perkembangan ekonomi internasional yang memiliki dampak signifikan terhadap ekonomi dan Bisnis dalam negeri
- e. Mencermati Kondisi sektoral dan regional. Hal ini diperlukan mengingat kondisi dan prospek suatu sektor atau suatu daerah tertentu sangat berbeda dengan kondisi serta prospek secara makro.

Berbagai penelitian tentang kontribusi strategi terhadap peningkatan kinerja perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Hayes dan Wheelriht (dikutip dalam Anatan & Ellitan, 2009) menyatakan bahwa kapabilitas manufaktur memainkan peran penting pada bagaimana perusahaan bersaing dalam pasar produk dan bagaimana perusahaan harus mengembangkan kapabilitas. Kepemilikan proses dan peralatan merupakan kunci utama yang akan membawa pada pencapaian keunggulan kompetitif perusahaan. Swamidass dan Newel (dikutip dalam Anatan & Ellitan, 2009) menyimpulkan bahwa kapabilitas dan kompetensi berdasarkan proses inovasi manufaktur yang spesifik merupakan komponen

penting kapabilitas organisasi dalam pencapaian biaya rendah, fleksibilitas tinggi, dan kualitas tinggi. Dalam hal ini peran proses manufaktur sebagai sumber daya potensial, penentuan peran manusia dalam aktivitas organisasi dan faktor-faktor organisasional merupakan faktor penting dalam pencapaian keunggulan kompetitif perusahaan (Anatan & Ellitan, 2009).

Banyak Peningkatan yang harus dilakukan LKMS dalam keterkaitannya dengan Resistensi dan persaingan bisnis, keberadaan LKMS penekanan utamanya, keberadaan disini adalah bagaimana sistem dalam tubuh LKMS, produk, dan layanan yang ditawarkan juga mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan nasabah, point lebihnya dari segi akad dan produknya memakai sistem yang halal, dan tanpa riba. Keberadaan LKMS lainnya, yaitu menyangkut SDM dan pegawai yang memang ahli dalam ilmu perbankan syariah, sehingga penerapan-penerapan manajemen perbankan syariah dapat juga menjadi senjata Resistensi, yang terakhir adalah mengikuti pola religius masyarakat, sebagai salah satu pendekatan kepada nasabah, dari pendekatan ini LKMS secara langsung merangkul nasabah.

2.3 Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan proposal skripsi ini dilakukan penggalan informasi terkait dengan penelitian sebelumnya yang pernah diteliti. Informasi yang didapat adalah dari karya ilmiah lainnya yang pernah diteliti sebelumnya untuk mendapatkan informasi terkait penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Beberapa penelitian yang terkait yaitu:

Penelitian skripsi Siti Aisyah (2021). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu melalui strategi imitasi dan mutasi. Strategi imitasi diterapkan pada produk simpanan wadiah, simpanan mudharabah, dan produk pembiayaan yang diimitasi dari produk perbankan konvensional. Sedangkan untuk menambah variasi produk yang dimiliki agar dapat meningkatkan daya saing, maka BMT ini menerapkan strategi mutasi dengan memodifikasi produk-produk simpanan wadiah menjadi beberapa produk simpanan dengan akad yang sama. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang merupakan jenis penelitian lapangan.

Persamaan penelitian ini terdapat pada kajian yang mengkaji tentang strategi bersaing LKMS. Perbedaannya terdapat pada jumlah kajian dimana penelitian ini tidak hanya meneliti tentang strategi bersaing melainkan juga strategi bertahan, dan juga pada objek yang dituju yaitu semua produk sedangkan peneliti hanya produk pembiayaan mikro saja.

Penelitian skripsi Muhammad Nazib (2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua lembaga keuangan non bank yang diteliti mempunyai strategi-strategi jitu untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. BMT Assyafi'iyah dalam meningkatkan kepercayaan nasabah dalam bentuk tabungan dengan menggunakan aplikasi ceria digital yang tersambung dengan oleh gadget nasabah. sedangkan dalam bentuk pembiayaan BMT Assyafi'iyah menggunakan strategi jempot bola yang dapat memudahkan nasabah melakukan pembiayaan. BMT Adzkiya menarik minat masyarakat dalam

bentuk tabungan dengan menggunakan strategi penyebaran brosur. Sedangkan dalam bentuk pembiayaan BMT Adzkiya menggunakan strategi penyebaran brosur dan jempot bola agar nasabah mudah mengetahui produk produk BMT Adzkiya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan metode deduktif kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi.

Penelitian Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Renny Oktafia, Muhammad Yani, Ninit Firdayanti dan Azzah Shabirah (2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan Bank Syariah Mandiri untuk bertahan ditengah pandemi covid-19, dengan memperkenalkan produk bank syariah mandiri melalui telemarketing, mengadakan webinar untuk menjalin silaturahmi dengan nasabah, memanfaatkan ekosistem seperti pendidikan, dan instansi pemerintahan, serta mengajak para nasabah untuk bertransaksi melalui alat pembayaran non tunai. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi Grounded Theory (GT).

Persamaan penelitian ini terdapat pada kajian yang mengkaji strategi lembaga keuangan agar dapat bertahan menghadapi suatu situasi. Perbedaannya terdapat pada objek penelitian dimana penelitian ini bertahan dalam situasi Covid-19 sedangkan peneliti bertahan dalam bersaing dengan bank syariah di produk yang sama, juga pada jenis pendekatan penelitian yang digunakan Grounded Theory (GT).

Persamaan penelitian ini terdapat pada fokus penelitiannya yang berfokus pada strategi persaingan antara lembaga keuangan.

Perbedaannya terdapat pada objek penelitian yaitu lembaga keuangan mikro syariah dengan lembaga keuangan mikro syariah lainnya. Sedangkan peneliti lembaga keuangan mikro syariah dengan bank syariah. Perbedaan juga terdapat pada metode pendekatan yang digunakan deduktif kualitatif sedangkan peneliti deskriptif kualitatif.

Kajian skripsi Seka Pujiyanto (2020). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bertahan PT. BPRS Aman Syariah sebagai tindakan menghadapi produk KUR antara lain adalah memberikan produk murabahah dan mudharabah, melakukan promosi dan pemahaman melalui kegiatan kemasyarakatan, kreativitas dan juga cepat dalam pelayanan. Sedangkan strategi bersaing PT. BPRS Aman Syariah sebagai tindakan menghadapi produk KUR antara lain melakukan edukasi sehingga para pelaku usaha yakin dengan prinsip syariah pada PT. BPRS Aman Syariah, promosi dengan membidik tren media sosial sebagai langkah strategi promosi, SDM yang lebih baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan merupakan jenis penelitian lapangan.

Persamaan penelitian ini terdapat pada fokus kajian yang mengkaji tentang resistensi lembaga keuangan dan juga jenis penelitian sama-sama menggunakan deskriptif kualitatif. Perbedaannya terdapat pada objek yang diteliti, yaitu produk bank konvensional dengan bank syariah, sedangkan peneliti produk bank syariah dengan LKMS.

Penelitian jurnal studi keislaman Miswan Ansori dan Faikul Hazmi (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lembaga Keuangan Syariah dapat bersaing dalam menghadapi persaingan

industri keuangan khususnya di Jawa Tengah dengan cara meminimalisir kelemahan dan mengantisipasi ancaman yang ada. Adapun kelemahan yang perlu diminimalisir adalah 1) Membangun sistem, produk dan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi. 2) Membangun serta meningkatkan infrastruktur dan fasilitas yang dimiliki Lembaga Keuangan Syariah. 3) Melakukan inovasi produk. 4) Menambah sumber daya yang diperlukan mulai dari sumber daya manusia, modal, mesin (alat) yang dipergunakan dan sumberdaya metode pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terkait

No	Identitas Penelitian	Hasil Penelitian
1	Siti Aisyah (2021), "Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto)"	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu melalui strategi imitasi dan mutasi. Strategi imitasi diterapkan pada produk simpanan wadiah, simpanan mudharabah, dan produk pembiayaan yang diimitasi dari produk perbankan konvensional. Sedangkan untuk menambah variasi produk yang dimiliki agar dapat meningkatkan daya saing, maka BMT ini menerapkan strategi mutasi dengan memodifikasi produk-produk simpanan wadiah menjadi beberapa produk simpanan dengan akad yang sama
2	Muhammad Nazib (2021), "Strategi Persaingan Antara Lembaga keuangan Syariah Mikro (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Dan	kedua lembaga keuangan non bank yang diteliti mempunyai strategi-strategi jitu untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. BMT Assyafi'iyah dalam meningkatkan kepercayaan nasabah dalam bentuk tabungan dengan menggunakan aplikasi ceria digital yang tersambung dengan oleh gadget nasabah. sedangkan dalam bentuk pembiayaan BMT

Tabel 2.1 - Lanjutan

	BMT Adzkiya Metro)”	Assyafi’iyah menggunakan strategi jempot bola yang dapat memudahkan nasabah melakukan pembiayaan. BMT Adzkiya menarik minat masyarakat dalam bentuk tabungan dengan menggunakan strategi penyebaran brosur. Sedangkan dalam bentuk pembiayaan BMT Adzkiya menggunakan strategi penyebaran brosur dan jempot bola agar nasabah mudah mengetahui produk produk BMT Adzkiya
3	Renny Oktafia, Muhammad Yani, Ninit Firdayanti dan Azzah Shabirah (2021), “Strategi Pengelolaan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Krian Untuk Bertahan Di Masa Pandemi Covid-19”	strategi pengelolaan Bank Syariah Mandiri untuk bertahan ditengah pandemi covid-19, dengan memperkenalkan produk bank syariah mandiri melalui telemarketing, mengadakan webinar untuk menjalin silaturahmi dengan nasabah, memanfaatkan ekosistem seperti pendidikan, dan instansi pemerintahan, serta mengajak para nasabah untuk bertransaksi melalui alat pembayaran non tunai
4	Seka Pujianto (2020), “Resistensi Perbankan Syariah dalam Menghadapi produk Kredit Usaha Rakyat” (Studi Kasus PT BPRS Aman Syariah Kantor Pusat Sekampung)”	Strategi bertahan PT. BPRS Aman Syariah sebagai tindakan menghadapi produk KUR antara lain adalah memberikan produk murabahah dan mudharabah, melakukan promosi dan pemahaman melalui kegiatan kemasyarakatan, kreativitas dan juga cepat dalam pelayanan. Strategi bersaing PT. BPRS Aman Syariah sebagai tindakan menghadapi produk KUR antara lain melakukan edukasi sehingga para pelaku usaha yakin dengan prinsip syariah pada PT.BPRS Aman Syariah, promosi dengan membidik tren media sosial sebagai langkah strategi promosi, SDM yang lebih baik.
5	Miswan Ansori dan Faikul Hazmi (2020), “Strategi Bersaing Lembaga Keuangan Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Industri	Lembaga Keuangan Syariah dapat bersaing dalam menghadapi persaingan industri keuangan khususnya di Jawa Tengah dengan cara meminimalisir kelemahan dan mengantisipasi ancaman yang ada. Adapun kelemahan yang perlu diminimalisir adalah 1) Membangun sistem, produk dan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi. 2) Membangun serta meningkatkan infrastruktur dan fasilitas yang

Tabel 2.1 - Lanjutan

	Keuangan Di Jawa Tengah”	dimiliki Lembaga Keuangan Syariah. 3) Melakukan inovasi produk. 4) Menambah sumber daya yang diperlukan mulai dari sumber daya manusia, modal, mesin (alat) yang dipergunakan dan sumberdaya metode pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah
--	--------------------------	--

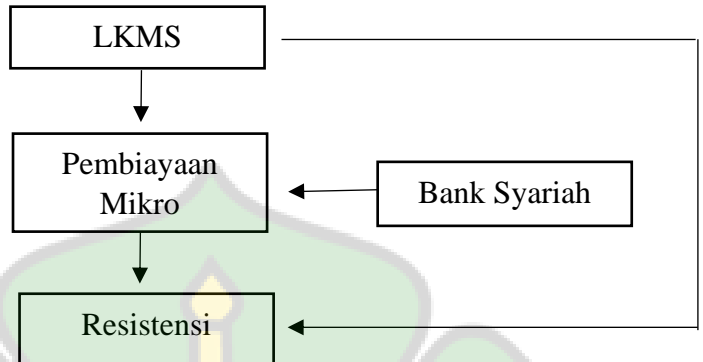
Sumber: Data diolah, 2022

Persamaan penelitian ini terdapat pada kajian yang mengkaji strategi bersaing lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan lainnya dan juga metode penelitian yang digunakan. Perbedaannya terdapat pada objek kajian yaitu lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional, sedangkan peneliti bank syariah dengan LKMS, dan juga kajiannya tidak hanya strategi bersaing melainkan juga strategi bertahan yang dilakukan LKMS dalam menghadapi bank.

2.4 Kerangka Pemikiran

Untuk dapat mengetahui suatu masalah yang akan dibahas, maka perlu adanya sebuah pemikiran yang dijadikan landasan dalam penelitian sehingga dapat mengembangkan, menguji dan menentukan hasil suatu penelitian yang dilakukan dan kerangka berpikir untuk penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



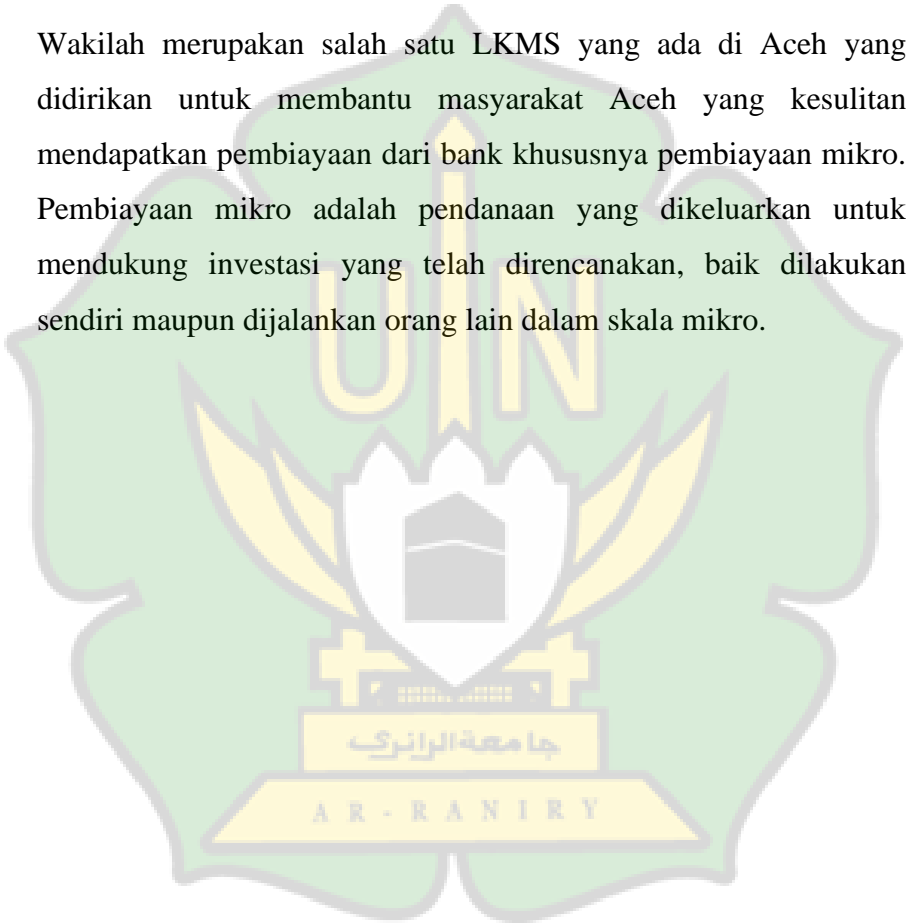
Sumber: Data diolah, 2022

Resistensi adalah Sebuah sikap atau bisa dikatakan aksi berusaha, bertahan dan upaya melawan terhadap suatu hal yang dianggap menjadi serangan. Setiap perusahaan harus memiliki sikap resistensi agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya, hal ini juga harus dimiliki oleh LKMS agar dapat bertahan menghadapi bank syariah khususnya pada produk “pembiayaan mikro”.

LKMS adalah lembaga ekonomi komersial yang didirikan untuk pengembangan usaha berskala mikro dan masyarakat lapisan bawah serta memberikan literasi dalam mengembangkan usaha mikro, khususnya memahami bauran pemasaran. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Pada dasarnya LKMS dan bank syariah adalah sama, hanya saja yang membedakannya LKMS bergerak di sektor mikro untuk membantu kalangan pengusaha kelas menengah kebawah yang kesulitan mendapatkan pembiayaan dari bank syariah. Namun pada akhirnya bank syariah juga mengeluarkan

produk yang sama dengan LKMS guna untuk membantu kalangan menengah kebawah mendapatkan pembiayaan.

Berdasarkan teori diatas, untuk mengetahui resistensi LKMS dalam menghadapi bank syariah di sektor pembiayaan mikro peneliti akan meneliti PT. BPRS Hikmah Wakilah. PT. BPRS Hikmah Wakilah merupakan salah satu LKMS yang ada di Aceh yang didirikan untuk membantu masyarakat Aceh yang kesulitan mendapatkan pembiayaan dari bank khususnya pembiayaan mikro. Pembiayaan mikro adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan orang lain dalam skala mikro.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan akan dituangkan dalam bentuk penelitian deskriptif yaitu suatu pendekatan penelitian yang hasil penelitiannya tidak diolah dalam bentuk kalkulasi angka-angka melainkan dengan cara menyampaikan pemikiran atau wawancara peneliti terkait dengan data yang diambil dari subjek yang diteliti (Umar, 2002).

Deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan dan mengamati peristiwa, aktivitas sosial, sikap, persepsi, dan lain sebagainya secara individual maupun kelompok. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif ini untuk menyatakan sebuah deskripsi atau gambaran secara faktual dan akurat sesuai dengan data-data yang ada mengenai resistensi PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi bank syariah di sektor pembiayaan mikro.

Penelitian ini juga tergolong penelitian lapangan. Karena penelitian yang dilakukan menyangkut dengan persoalan atau kenyataan dalam kehidupan nyata, bukan pemikiran abstrak yang terdapat dalam teks-teks atau dokumen yang tidak diuji secara langsung (Bungin, 2001). Disebut juga penelitian lapangan karena peneliti terjun langsung ke lokasi yang diteliti yaitu PT. BPRS Hikmah Wakilah, Jl. Sri Ratu Syafiatuddin, Penayoung, Banda 41 Aceh untuk mengumpulkan data-data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang dibahas

3.2 Sumber Data

Penelitian merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan berbagai jenis data berdasarkan sumbernya yang akan dianalisis dan disimpulkan sesuai dengan tahapannya. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan peneliti sesungguhnya dapat diuraikan menjadi sumber data primer dan sumber data sekunder.

Berikut dapat dijelaskan masing-masing uraian sumber data primer dan sumber data sekunder tersebut (Ibrahim, 2015):

1. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data utama yang dapat memberikan informasi, fakta dan gambaran peristiwa yang diinginkan dalam penelitian. Atau sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan, dalam penelitian kualitatif sumber data utama itu adalah kata-kata dan tindakan orang yang diwawancarai. Untuk menjawab peneliti dalam penelitian ini, peneliti memperoleh sumber data primer melalui wawancara dengan direktur PT. BPRS Hikmah Wakilah dan akademisi yang turut memberikan argumen mengenai penelitian ini.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu metode yang sangat tepat dalam dilakukannya sebuah penelitian, karena memiliki tujuan dasar yaitu memperoleh suatu data baik data primer maupun data sekunder. Jika peneliti tidak memahami teknik dalam

mengumpulkan data, maka tidak akan dapat mengumpulkan berbagai data yang memenuhi standar yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Sesuai dengan penelitian yang penyusun lakukan yang bersifat deskriptif kualitatif, maka sebagaimana layaknya studi kualitatif yang mengadakan penelitian terhadap lapangan. Maka pengumpulan datanya dilakukan langsung oleh peneliti dengan menggunakan metode wawancara dan metode dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Wawancara yang dimaksud di sini adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.

Berdasarkan hal ini, untuk menggali data dan informasi terkait dengan resistensi LKMS dalam menghadapi bank syariah di sektor pembiayaan mikro, peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur yang akan menyesuaikan situasi dan informasi yang dibutuhkan sehingga terjadi wawancara yang interaktif antara peneliti dengan informan.

Untuk mendapatkan data dan informasi, peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada para informan yaitu direktur PT. BPRS Hikmah Wakilah Kantor Pusat Banda Aceh, dan Akademisi yang berasal dari Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry

mengenai strategi bertahan serta bersaing PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam upaya menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah.

Adapun rancangan wawancara untuk dimensi strategi bertahan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Rancangan Wawancara Untuk Dimensi Strategi Bertahan

No	Variabel	Pertanyaan	Ket.
1	Produk	Apakah PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan pengembangan produk?	BPRS
		Berapa lama siklus daur hidup produk PT. BPRS Hikmah Wakilah?	
		Apakah strategi pengembangan produk yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah sudah tepat?	Aka demisi
2	Promosi	Bagaimana kondisi dan kemampuan internal PT. BPRS Hikmah Wakilah?	BPRS
		Apa investigasi yang dilakukan BPRS mengenai kendala operasional atau risiko-risiko pembiayaan bagi produk-produk lain yang dimiliki BPRS?	
		Apakah pihak PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan sosialisasi mengenai BPRS?	
		Apakah promosi yang dilakukan pihak PT. BPRS Hikmah Wakilah sudah tepat?	Aka demisi
3	Tempat	Apakah PT. BPRS hikmah Wakilah mempertimbangkan aksesibilitas dan visibilitas dalam memilih tempat?	BPRS
		Apakah PT. BPRS Hikmah Wakilah menyediakan tempat parkir yang luas?	
		Apakah yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah untuk melakukan ekspansi melihat tempat yang sekarang terbatas?	
		Apakah lingkungan PT. BPRS hikmah wakilah mendukung produk yang dipasarkan?	
		Apakah lokasi pesaing mempengaruhi PT. BPRS dalam memilih tempat?	

Tabel 3.1 - Lanjutan

		Apakah strategi PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam pemilihan tempat sudah tepat?	Aka demisi
4	Partisipan	Apa yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam meningkatkan kualitas SDM?	BPRS
		Apakah semua produk PT. BPRS Hikmah Wakilah tidak bertentangan dengan syariah?	
		Bagaimana cara PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam melakukan diversifikasi portofolio produk?	

Sumber: Data diolah 2022

Adapun rancangan wawancara untuk dimensi strategi bersaing yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Rancangan Wawancara Untuk Dimensi Strategi Bersaing

No	Variabel	Pertanyaan	Ket.
1	Edukasi	Apa yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah untuk meyakinkan masyarakat untuk mengambil pembiayaan mikro kepada mereka?	BPRS
		Apakah PT. BPRS Hikmah wakilah melakukan pendekatan rasional?	
		Apakah PT. BPRS Hikmah wakilah melakukan pendekatan moral?	
		Apakah PT. BPRS Hikmah wakilah melakukan pendekatan spiritual?	
		Apakah strategi edukasi yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah merupakan strategi yang tepat?	Aka demisi
2	Promosi	Apa yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam melakukan sosialisasi tentang konsep keuangan mikro syariah khususnya pembiayaan mikro?	BPRS
		Apa yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam mensosialisasikan keberadaannya?	

Tabel 3.2 - Lanjutan

		Apakah langkah PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam mensosialisasikan keuangan mikro syariah dan lembaganya merupakan langkah yang tepat?	Aka demisi
3	Peningkatan SDM	Manajemen apa yang digunakan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam melakukan perekrutan dan pengembangan SDM?	BPRS
		Apa saja usaha yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam meningkatkan kualitas SDM?	
		Apakah semua yang bekerja di PT. BPRS Hikmah Wakilah menguasai ilmu dan teknologi keuangan syariah?	
4	Bukti fisik	Apakah PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan hubungan baik dengan pakar keuangan syariah?	BPRS
		Apakah PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan pemetaan potensi dan optimasi ekonomi daerah sehingga dapat mengetahui seberapa besar kemampuan BPRS dalam mengelola sumber-sumber ekonomi yang ada?	
		BPRS bertanggung jawab terhadap masalah keislaman masyarakat dimana BPRS itu berasal, apa yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah untuk menjalankan tanggung jawab tersebut?	
		Apakah PT. BPRS Hikmah Wakilah mencermati kondisi atau faktor eksternal seperti kondisi serta prospek ekonomi dan bisnis secara makro?	
		Apakah PT. BPRS Hikmah Wakilah mencermati kondisi sektoral dan regional?	

Sumber: Data diolah, 2022

3.4 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif interaktif yang dilakukan dengan saat pengumpulan data seperti yang dikemukakan Miles dan Huberman bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan

secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh (Moleong, 2012). Untuk mempermudah peneliti menganalisis data peneliti akan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu metode dari analisis kualitatif. Reduksi data ini menggolongkan, mengarahkan, dan mengorganisasikan data untuk dapat ditarik suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini, penulis akan mengumpulkan data terkait strategi bertahan dan bersaing PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah suatu teknik dari analisis data kualitatif sebagai proses selanjutnya yang berupa sekumpulan informasi yang diurutkan agar dapat memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks narasi, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyusun data terkait strategi bertahan dan bersaing PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah salah satu teknik dari analisis data kualitatif yang bertujuan untuk mengambil kesimpulan atau tindakan. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan apabila informasi seluruh data yang diperlukan

telah terkumpul dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan terkait strategi bertahan dan bersaing PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiaya



BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh

4.1.1 Sejarah Singkat PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh

PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh didirikan pada 14 September 1994 berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Lembaga BPRS ini mendapatkan izin operasional sebagai BPRS dari Menteri keuangan RI sesuai keputusannya dengan Nomor KEP199/ KM. 17/ 95 pada 18 Juli 1995. Visi dan Misi PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh adalah menjadi mediator keuangan melalui pengumpulan tabungan dan deposito serta penyaluran pembiayaan kepada usaha mikro dan kecil (PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2019).

Lembaga keuangan ini pertama kali beroperasi pada 1995, PT. BPRS Hikmah Wakilah berlokasi di Jl. Krueng Raya desa Baet, Kec. Baitusalam Kabupaten Aceh Besar. Namun pada 2001 PT. BPRS Hikmah Wakilah pindah ke JL. T. Nyak Arief No. 159 E, Jeulingke Banda Aceh. Pada November 2006 lokasi kantor pusat dipindahkan ke Banda Aceh di Jl. Sri Ratu Safiatuddin No. 50 Peunayong, dengan nomor yang berbeda yaitu No. 11-13 dimulai sejak pendiriannya PT. BPRS Hikmah Wakilah fokus untuk melayani Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang dalam penerapan menginginkan proses yang mudah, pelayanan cepat, dan persyaratan ringan (PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2019).

Sejak awal berdirinya hingga saat ini PT. BPRS Hikmah Wakilah ini sudah mempunyai 3 kantor dan 2 Kantor Kas yang masing-masing beralamat (PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2019):

1. Kantor Cabang Lambaro, Jl. Soekarno Hatta Kec. Ingin Jaya, lambaro
2. Kantor Cabang Ulee Kareng, Jl. T. Iskandar No 19 Komp. Kampus Abulyatama Lamglumpang, simp. Tujuh Ulee Kareng Banda Aceh
3. Kantor Cabang Beureunuen, Jl. Banda Aceh – Medan, Baroh Barat Yaman, Beureunuen – Pidie
4. Kantor kas keutapang, Jl. Mata Ie No. 55 Keutapang Dua Aceh Besar
5. Kantor Kas Darussalam, Jl. T. Nyak Arief No. 10 Rukoh, Darussalam Banda Aceh

izin dan Akta pendirian lembaga sebagai berikut:

1. SK. Menteri Kehakiman RI. No. C-218-714. HT 03. 03 Tahun 1994, tanggal 21 Desember 1994, tentang izin pendirian BPRS Hikmah Wakilah.
2. SK. Menteri Keuangan RI. Nomor. Kep-199/KM. 17/1995, tanggal 18 Juli 1995. Tentang izin pendirian operasional BPRS Hikmah Wakilah.
3. SK. Menteri Kehakiman RI. No. W-00030 HT. 01. 4TH. 2007 tanggal 14 Februari 2007, tentang persetujuan akta perubahan anggaran dasar perseroan terbatas.

4.1.2 Visi Dan Misi PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh

1. Visi

Visi adalah pandangan jauh tentang mengenai tujuan perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Adapun visi PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah sebagai berikut (PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2019):

- a. Menjadikan BPR Syariah yang terbaik di Provinsi Aceh.
- b. Menjadikan BPR Syariah yang bisa melayani masyarakat ekonomi kecil di provinsi Aceh.

2. Misi

Misi merupakan pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan dalam lembaga mewujudkan visi. Berikut merupakan misi PT. BPRS Hikmah Wakilah:

- a. Menjalankan prinsip syariah secara konsisten dan konsekwen.
- b. Fokus untuk usaha kecil dan mikro.
- c. Menjadikan pasar-pasar tradisional merupakan *captive market* PT. BPRS Hikmah Wakilah.
- d. Membuka jaringan pemasaran/ kantor kas/ capem di Provinsi Aceh yang memiliki potensi ekonomi baik.

4.1.3 Struktur organisasi PT. BPRS Hikmah Waklah

Sruktur organisasi yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi dalam perusahaan akan mewujudkan pencapaian tujuan tujuan dalam perusahaan yang terbaik dan terarah. Selain itu struktur organisasi yan jelas dan baik maka dapat diketahui sampai mana wewenang dan tanggung jawab yang dimiliki oleh seseorang dalam menjalankan tugasnya, oleh sebab itulah struktur organisasi dalam

sebuah perusahaan dapat beroperasi dengan baik dan berjalan sesuai dengan harapan. Struktur organisasi perusahaan yang baik juga akan mencerminkan pemasaran yang baik sehingga perusahaan bisa berjalan dengan semestinya dan bebas dari segala kecurangan-kecurangan atau hal-hal yang ditimbulkan akibat dari struktur organisasi dan pemasaran yang baik. Dengan struktur organisasi dan pemasaran yang baik akan memudahkan perusahaan dalam menjalankan segala tugas-tugas rutinnnya dengan baik.

Menurut ketentuan pasal 19 SK. DIR. BI. 32/36/1999 struktur organisasi PT. BPRS Hikmah Wakilah terdiri dari Dewan Komisaris dan Direksi di damping kepengurusan, suatu BPRS wajib pula memiliki Dewan Pengawas Syariah yang berfungsi mengawasi kegiatan BPRS. Berikut ini dapat dilihat susunan dan tugas dari struktur organisasi PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

1. Dewan Pengawas Syariah

Merupakan suatu dewan yang didirikan untuk mengawasi kegiatan operasional bank Islam sehingga tidak sampai melanggar prinsip syari'ah atau senantiasa

2. Dewan komisaris

Dewan komisaris terdiri dari satu orang ketua dan tiga orang anggota pemegang saham PT. BPRS Hikmah Wakilah yang disetujui oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia. Adapun tugas Dewan Komisaris adalah menggariskan kebijakan umum bank dan pengawas terhadap pelaksanaan kegiatan operasional bank, serta pihak yang mengangkat dan memecat direksi apabila pengelolaan bank menyimpang dari garis ketentuan.

3. Direksi

Dewan direksi terdiri dari direktur utama dan direktur. Anggota direksi baik sendiri-sendiri berhak mewakili direksi maupun perseroan. Direksi mempunyai tugas pokok memimpin bank dalam kegiatan sehari-hari sesuai dengan kebijaksanaan umum yang telah digariskan oleh Dewan Komisaris.

4. Internal Audit

Bagian ini mempunyai tugas antara lain melakukan pengawasan atau control untuk memastikan bahwa setiap unit atau divisi telah bekerja sesuai dengan fungsinya masing-masing.

5. Bagian Operasional

a. Bagian Akuntansi dan Keuangan

Bagian ini mempunyai tugas antara lain mengumpulkan dan mencatat bukti-bukti transaksi harian untuk selanjutnya dipisahkan menurut nomor sandi penggunaannya, mengumpulkan dan mencatat bukti-bukti transaksi harian berdasarkan transaksi harian tersebut kemudian dibuat jurnal, buku besar, dan sub buku besar, membuat laporan realisasi anggaran setiap bulannya, dengan melampirkan realisasi pencapaian target.

b. Bagian Pembiayaan

Bagian pembiayaan mempunyai tugas antara lain memberikan penjelasan tentang syarat-syarat pembiayaan, mencatat dan membuka pembukuan transaksi yang diterima dari perjanjian atau akad, pengecekan laporan dan

pembahasan permohonan, dan rekomendasi besarnya jumlah pembiayaan yang akan diberikan.

c. Bagian Umum dan SDI

Bagian ini mempunyai tugas menyusun perencanaan tentang apa yang akan dilaksanakan tiap masing-masing karyawan, melakukan tugas pengadaan administrasi kantor dan perlengkapan. Bagian ini bertugas menyusun perencanaan tentang apa yang akan dilaksanakan tiap masing-masing karyawan. Mengurusi urusan rumah tangga perusahaan serta melayani biaya dan gaji yang telah disetujui oleh direksi, mengkoordinir petugas lapangan dalam membuat rekap harian, serta jumlah nasabah yang dikunjungi dan jumlah tabungan yang berhasil dihimpun pada hari tersebut.

6. Pemasaran

Bagian pemasaran mempunyai tugas antara lain memasarkan produk bank. Memberikan informasi kepada masyarakat dengan jelas, lengkap, ringan dan sikap ramah tamah meliputi berbagai fasilitas kemudahan yang dimiliki oleh masing-masing produk tersebut serta tatacara pemamfaatannya. Setiap hari berusaha meningkatkan penghimpunan masyarakat, baik dalam bentuk tabungan maupun deposito, mengkoordinir petugas lapangan dalam membuat rekap harian, jumlah daftar nasabah yang dikunjungi serta jumlah tabungan yang berhasil dihimpun pada hari tersebut.

4.2 Strategi bertahan PT. BPRS Hikmah Wakilah Dalam Menghadapi Pembiayaan Mikro Bank Syariah

1. Produk

Dari segi produk PT. BPRS Hikmah Wakilah sudah sangat lengkap mulai dari produk tabungan sampai ke produk pembiayaan sehingga dapat mengakomodasi semua kebutuhan para nasabah, seperti yang disampaikan oleh Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

PT. BPRS Hikmah Wakilah terus melakukan pengembangan pada produknya, mulai dari pengembangan fitur / inovasi sampai kepada menambah produk baru. Dengan adanya pengembangan produk tersebut, produk di PT. BPRS Hikmah Wakilah semakin hari semakin lengkap sehingga dapat mengakomodasi semua kebutuhan nasabah, khususnya pada produk pembiayaan (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPR Hikmah Wakilah, 2022).

Sampai saat ini produk pembiayaan yang ditawarkan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah meliputi pembiayaan Murabahah, Mudharabah, Musyarakah, Multi jasa, Ijarah dan Ijarah Muntahiyah Bittamlik (IMBT). Diantara semua produk pembiayaan yang paling banyak digunakan adalah murabahah. Fungsi dari pengembangan produk selain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat juga untuk membuat siklus daur hidup produk semakin panjang, seperti yang dikemukakan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Untuk membuat siklus daur hidup produk perlu dilakukan pengembangan produk tersebut sehingga produk tersebut tetap sesuai dengan kebutuhan

pasar sehingga membuat produk tersebut akan selalu hidup dan diminati masyarakat, itulah yang dilakukan PT. Hikmah Wakilah seperti misalnya produk murabahah pertama kali hanya untuk konsumsi, tetapi dengan seiring waktu dan melihat kebutuhan pasar, produk murabahah terus dikembangkan sampai sekarang sudah bisa digunakan untuk modal kerja dan juga investasi (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPR Hikmah Wakilah, 2022).

Strategi tersebut ternyata tidak bertepuk sebelah tangan melainkan disambut hangat oleh masyarakat Aceh, sebagaimana yang dikatakan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yakni:

Dengan didatangkannya inovasi pada produk PT. BPRS Hikmah Wakilah mendapat perhatian hangat dari masyarakat, terbukti dengan bertambahnya nasabah pada pembiayaan murabahah setiap tahunnya yang pendanaanya mencapai RP.85.495.219.981 dari 1.173 nasabah meskipun margin yang ditawarkan tidak semenarik yang dijanjikan produk pembiayaan mikro bank syariah (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPR Hikmah Wakilah, 2022).

Dari semua produk pembiayaan PT. BPRS Hikmah Wakilah produk murabahah merupakan produk yang paling banyak digunakan sebagaimana yang terdapat pada tabel di bawah ini

Tabel 4.1
Jumlah Nasabah tahun 2019-2021
PT. BPRS Hikmah Wakilah

Produk	2019	2020	2021
Murabahah	978	1.128	1.173
Multijasa	28	33	57
IMBT	45	79	120

Sumber: Daftar Pembiayaan Kantor 01 PT. BPRS Hikmah Wakilah 2019-2021.

Dalam hal eksekusinya produk murabahah bisa dilakukan menggunakan dua sistem, sebagaimana yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Dalam hal eksekusi produk murabahah, jika barang yang dibeli jenisnya tidak banyak dan tidak dengan toko yang berbeda, maka pihak bank akan langsung membelikan barang yang diinginkan, seperti sepeda motor, mobil, rumah, dan lain sebagainya. Tetapi jika barang yang dibutuhkan banyak jenis apalagi di toko yang berbeda maka murabahah bisa dilakukan bil wakalah seperti barang untuk toko kelontong, dan lain-lain (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPR Hikmah Wakilah, 2022).

Poin yang penting adalah, murabahah adalah produk yang paling banyak digunakan meskipun margin yang ditawarkan tidak semenarik yang ditawarkan bank syariah.

2. Promosi

Promosi merupakan alat utama dalam memasarkan sebuah produk. Promosi ini juga yang kemudian banyak menguras keuangan perusahaan demi memperkenalkan

produknya. Hal ini jugalah yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam memperkenalkan produk-produknya khususnya produk pembiayaan, seperti yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah bahwa:

Dalam melakukan promosi PT. BPRS Hikmah Wakilah perlu mencermati kemampuan internal, sehingga dalam melakukan promosi PT. BPRS Hikmah Wakilah akan memperhatikan biaya yang akan dikeluarkan apakah sesuai dengan kemampuan internal atau perusahaan sehingga biaya promosi yang dikeluarkan akan sesuai dengan pengaruh yang diberikan (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPR Hikmah Wakilah, 2022).

Selain mencermati kondisi internal, PT BPRS Hikmah Wakilah juga melakukan investigasi tentang kendala operasional sebagaimana yang dipaparkan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

Sebelum mempromosikan suatu produk memang perlu dikaji dari segi resiko yang akan terjadi pada operasionalnya bahkan dampaknya kepada produk lain. Tetapi menurut kami produk yang dipromosikan tidak akan membunuh produk lainnya karena setiap produk memiliki kelebihan masing-masing dan juga pasar masing-masing, misalnya produk murabahah pada PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah produk yang paling banyak digunakan karena kebutuhan masyarakat memang di situ, berbeda dengan produk mudharabah yang sedikit digunakan karena memang memiliki resiko yang lebih besar. Akan tetapi kehadiran produk murabahah sama sekali tidak menghambat produk mudharabah hanya saja pasarnya yang berbeda, untuk mengantisipasi kemungkinan risiko pembiayaan seperti pembiayaan macet kami menggunakan prinsip 5C dan 7P (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPR Hikmah Wakilah, 2022).

Selain melakukan promosi produk lembaga keuangan juga perlu melakukan promosi terhadap lembaga mereka sendiri, sebagaimana yang dikemukakan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Dalam promosi bukan hanya produk yang harus kita promosikan, lembaga juga perlu diperhatikan, agar masyarakat juga mengetahui kelebihan yang BPRS miliki dimana bank syariah menawarkan produk pembiayaan mikro dengan margin yang lebih rendah akan tetapi PT. BPRS Hikmah Wakilah menawarkan proses yang mudah pelayanan yang cepat serta persyaratan yang ringan sehingga akan membuat masyarakat tahu dan dan berfikir ternyata lembaga keuangan yang bisa memberikan pembiayaan mikro dengan prinsip syariah bukan hanya bank syariah saja tetapi ada juga lembaga keuangan lainnya khususnya PT. BPRS Hikmah Wakilah, dengan demikian akan muncul ketertarikan masyarakat untuk mengajukan pembiayaan di PT. BPRS Hikmah Wakilah (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

dalam melakukan promosi produk dan keberadaan lembaga, PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukannya melalui pendekatan kemasyarakatan sebagaimana yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah bahwa:

Dalam mempromosikan produk dan mensosialisasikan kelembagaan, PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukannya melalui kegiatan kemasyarakatan. dengan melakukan pendekatan tersebut, selain mempromosikan keberadaan lembaga dan produk, juga sekaligus akan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang produk bank yang berbasis syariah dan juga lembaga keuangan syariah khususnya produk PT. BPRS Hikmah Wakilah, karena masih banyak masyarakat khususnya di aceh masih meragukan kesyariahan

sistem yang diterapkan, bahkan ada yang beranggapan bahwa produk keuangan syariah tidak ada bedanya dengan produk bank konvensional hanya namanya saja yang diubah menjadi ke-arab-araban. Dalam operasionalnya, untuk funding PT BPRS Hikmah Wakilah menggunakan sistem jempot bola, dengan melakukan penarikan ke pasar-pasar atau penawaran produk. Sistem ini tentu akan menjadi pertimbangan masyarakat juga sehingga tidak perlu pergi ke bank untuk menyetor, tetapi ada juga masyarakat yang datang langsung ke bank untuk menyetor atau mengajukan pembiayaan. Sementara untuk lending PT. BPRS Hikmah Wakilah dimana marketing lending melakukan promosi dan periklanan kepada masyarakat (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah).

Dari aspek di atas dapat disimpulkan bahwa PT.

BPRS Hikmah Wakilah melakukan promosi dengan cara pendekatan dan memberi pemahaman melalui kegiatan kemasyarakatan. Promosi seperti ini bukan tanpa kendala, masih banyak masyarakat yang kurang percaya akan kesyariahan produk lembaga keuangan bahkan ada yang mengatakan bahwa produk syariah hanya mengganti nama menjadi yang lebih syariah tetapi sistem yang digunakan sama saja.

3. Tempat

Dalam Memilih Tempat, PT. BPRS Hikmah Wakilah akan mempertimbangkan lokasi tersebut sehingga lokasi tersebut akan memudahkan perusahaan untuk memasarkan dan mendistribusikan produk mereka, seperti yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah bahwa:

Dalam memilih lokasi yang akan kita jadikan pusat kegiatan PT. BPRS Hikmah Wakilah, kita harus memperhatikan tempat tersebut dari segi marketable, bernilai ekonomis, strategis, dekat dengan pasar. Dengan demikian maka lokasi akan lebih mudah dijangkau oleh masyarakat seperti lokasi kantor pusat PT. BPRS Hikmah Wakilah sekarang ini di Jl. Sri Ratu Safiatuddin No.11-13, Peunayong Banda Aceh (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Tempat yang dipilih untuk dijadikan pusat distribusi produk bukan hanya sekedar ditempat yang *marketable* sebagaimana yang dikemukakan oleh Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

Selain dari aspek diatas dalam memilih tempat kita juga harus mempertimbangkan kemudahan dalam mengakses lokasi tersebut seperti lokasi PT. BPRS Hikmah sekarang ini mudah diakses dan juga dekat dengan transportasi dan fasilitas umum yang memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya, selain itu PT. BPRS Hikmah Wakilah juga berada di tepi jalan sehingga mudah dilihat oleh masyarakat (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Selain dari aksesibilitas dan visibilitas tempat lembaga juga harus nyaman dan aman untuk nasabah / calon nasabah berkunjung sebagaimana yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Tentunya tempat yang dipilih lembaga harus nyaman dan aman, kenyamanan tersebut harus diperhatikan mulai dari nasabah sampai di parkir yaitu dengan menyediakan lokasi parkir yang mencakupi roda dua dan roda tiga, dan juga berdekatan dengan gedung. kenyamanan itu juga akan dirasakan nasabah setelah masuk ke gedung dengan gedung yang bersih, wangi, sejuk dengan bantuan AC yang digunakan sampai

kepada bangku yang disediakan begitu empuk (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Untuk penggunaan jangka panjang, tempat juga harus memiliki lahan yang luas untuk mengantisipasi perkembangan lembaga menjadi yang lebih besar, dalam hal ini PT. BPRS Hikmah Wakilah strategi yang berbeda seperti yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Memilih lokasi atau tempat yang luas untuk mengantisipasi ekspansi dikarenakan jumlah nasabah akan terus bertambah dan karyawan pun akan semakin banyak maka perlu dilakukan pelebaran gedung, tapi dalam hal ini PT. BPRS Hikmah Wakilah hal yang berbeda, dikarenakan tempat yang digunakan adalah gedung sewaan, maka PT. BPRS Hikmah Wakilah tidak berniat untuk memperluas gedung, akan tetapi untuk menyiasati pertumbuhan nasabah dan penambahan nasabah maka PT. BPRS Hikmah Wakilah membuka kantor di tempat lain yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Dengan demikian selain memperluas lokasi juga akan memudahkan masyarakat untuk menjangkau produk PT. BPRS Hikmah Wakilah karena tempat yang disediakan tidak hanya satu titik (Wawancara dengan Kadiv Marketing Pt. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Lingkungan juga mempengaruhi untuk lembaga memilih tempat yang akan digunakan, seperti yang dikatakan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah Sebagai berikut:

Lingkungan sekitar juga mempengaruhi untuk memilih tempat, seperti PT. BPRS Hikmah Wakilah memilih tempat ini karena berada di lingkungan perdagangan, dekat dengan pasar, rumah makan, toko-toko lainnya, sehingga PT. BPRS Hikmah

Wakilah akan lebih mudah memasarkan produknya dan tetap bisa eksis dalam menghadapi persaingan yang ada (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Selain dekat dengan lingkungan perdagangan persaingan juga harus diperhatikan seperti yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Persaingan di sekitar juga perlu diperhatikan, dimana dekat dengan pesaing ini memiliki plus minus, sisi plusnya adalah dengan lokasi berdekatan dengan pesaing maka nasabah pesaing akan melihat produk kita, dan bisa jadi nasabah tersebut penasaran dengan produk yang kita tawarkan dan mencobanya, minusnya adalah kebalikan dari plunya, bisa jadi nasabah kita yang penasaran dengan produk pesaing, jadi kita harus mampu menjaga kualitas sehingga nasabah tidak akan tergiur (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Pemahaman yang dapat diambil dari penjelasan di atas adalah bahwa PT. BPRS Hikmah Wakilah lokasi yang berdekatan dengan kegiatan perdagangan, pusat ekonomi, *marketable*, strategis, mudah diakses dan membuka beberapa cabang dan kantor kas sebagai tindakan strategi distribusi yang dapat memudahkan masyarakat untuk menjangkau produk-produk mereka sehingga membantu PT. BPRS Hikmah Wakilah untuk mendapatkan nasabah lebih banyak lagi sehingga menimbulkan dampak saling menguntungkan antara masyarakat dengan PT. BPRS Hikmah Wakilah

4. Partisipan

Untuk dapat mewujudkan lembaga keuangan yang bisa bertahan dan mampu mewujudkan tujuan dari

perusahaan maka diperlukan karyawan yang mendukung, seperti yang dikatakan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

Untuk menunjang pencapaian sebuah perusahaan maka diperlukan karyawan yang berkompeten demi terwujudnya suatu tujuan tersebut. Dalam hal ini PT. BPRS Hikmah Wakilah terus meningkatkan sumber daya manusia karyawan di bidang perbankan syariah, sehingga dengan menguasai bidang perbankan syariah maka karyawan akan mudah untuk mengintegrasikan teori dengan praktek (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Dengan adanya karyawan yang menguasai lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah maka akan memudahkan karyawan tersebut dalam memperhatikan factor yang tidak bertentangan dengan syariah, sebagaimana yang diutarakan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah bahwa:

Dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah bukan hanya factor keuntungan saja yang diperhatikan, bukan hanya apakah dengan usaha yang dilakukan akan mengurangi resiko pembiayaan macet atau tidak, tetapi yang tidak kalah pentingnya diperhatikan oleh lembaga keuangan syariah adalah dana yang diberikan akan digunakan untuk apa, yang jelasnya dana tersebut harus digunakan untuk yang tidak bertentangan dengan syariah, ini merupakan tujuan dari peningkatan pemahaman karyawan terhadap lembaga keuangan syariah khususnya di bidang perbankan syariah (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

PT. BPRS Hikmah/karyawan Wakilah juga harus mampu melakukan diversifikasi portofolio, sebagaimana

yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

Tentunya PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan diversifikasi portofolio, sehingga dengan demikian PT. BPRS Hikmah Wakilah tidak akan berfokus hanya kepada satu sektor saja, bisa kita lihat seperti produk murabahah tidak hanya satu bidang saja yang dibiayai, tetapi juga bidang usaha yang lain (Wawancara dengan PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Dapat disimpulkan PT. BPRS Hikmah Wakilah terus melakukan peningkatan terhadap Sumber Daya Manusia karyawannya khususnya di bidang perbankan syariah sehingga dengan demikian karyawan dapat membedakan usaha yang akan diberikan pembiayaan sesuai dengan syariah atau tidak.

4.3 Strategi Bersaing PT. BPRS Hikmah Wakilah Dalam Menghadapi Pembiayaan Mikro Bank Syariah

1. Edukasi

Selain melakukan pendekatan, PT BPRS Hikmah Wakilah juga melakukan edukasi ke masyarakat. Tidak hanya memperkenalkan produk, tetapi juga mengedukasi mengenai lembaga keuangan syariah kepada masyarakat karena masih banyak masyarakat di Aceh yang ragu dengan produk syariah, sebagaimana yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

Selain melakukan pendekatan kepada masyarakat, edukasi juga sangat diperlukan baik mengenai produk maupun lembaga keuangan syariah, meskipun di Aceh semua lembaga keuangan sudah dikonversi menjadi lembaga keuangan syariah, tetapi masih

banyak masyarakat yang meragukan kesyariahan produk keuangan syariah dan beranggapan produk keuangan syariah hanya merubah nama menjadi ke arab-araban namun sistem yang digunakan sama saja dengan konvensional, bahkan ada yang masih belum tau apa itu produk keuangan yang menggunakan sistem syariah dan apa perbedaan produk keuangan syariah dan keuangan konvensional (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Selain untuk mengenalkan produk dan lembaga keuangan kepada masyarakat juga perlu untuk meyakinkan masyarakat untuk menabung maupun mengambil pembiayaan di PT. BPRS Hikmah Wakilah, sebagaimana yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah bahwa:

Selain mengenalkan produk dan memberi pemahaman kepada masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah khususnya PT. BPRS Hikmah Wakilah juga untuk meyakinkan masyarakat untuk menabung dan mengambil pembiayaan di bank syariah terutama di PT. BPRS Hikmah Wakilah, salah satu kegiatan edukasi yang dilaksanakan PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah sosialisasi ke sekolah-sekolah dengan harapan para siswa sadar akan menabung dan mengerti akan lembaga keuangan syariah khususnya yang ada di PT. BPRS Hikmah Wakilah sehingga siswa-siswi cerdas dalam memilih bank syariah, sekaligus menawarkan produk / kerjasama dengan sekolah misalnya pembelian laptop untuk guru / kantor dan lain-lain yang berkaitan dengan sekolah. Tidak hanya sosialisasi ke sekolah-sekolah, namun PT. BPRS Hikmah Wakilah juga melaksanakan kegiatan edukasi melalui marketing ketika mempromosikan produk, dimana Account Officer (AO) dalam mencari nasabah akan menjelaskan produk yang berprinsip syariah

khususnya yang ada pada PT. BPRS Hikmah Wakilah kepada calon nasabah, sehingga masyarakat/calon nasabah mendapat penjelasan terkait produk dan kesyariahan serta prosedur pengajuan pembiayaan, sistem bagi hasil dan letak perbedaan produk PT. BPRS Hikmah Wakilah dengan produk bank lainnya. PT. BPRS Hikmah Wakilah juga memberikan pemahaman bahwa mereka tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi berusaha meningkatkan usaha para nasabah sesuai dengan tujuan lembaga keuangan syariah yang tidak hanya mencari keuntungan semata. Sehingga dengan demikian calon nasabah akan yakin dengan PT. BPRS Hikmah Wakilah dan akan mengambil pembiayaan di PT. BPRS Hikmah Wakilah (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Dalam melakukan edukasi dengan sosialisasi, PT.

BPRS Hikmah Wakilah juga melakukan pendekatan rasional dalam melakukan edukasi, seperti yang dikatakan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

Edukasi tidak hanya dilakukan dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat, tetapi juga perlu dilakukan dengan pendekatan rasional dimana dalam hal ini merupakan yang paling diunggulkan PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu pelayanan yang cepat dan proses yang mudah merupakan edukasi menggunakan pendekatan rasional, kalau ustadz-ustadz sering mengatakan dakwah bil hal lebih baik daripada dakwah bil lisan, begitulah perumpamaannya (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Tidak hanya melalui pendekatan rasional, edukasi juga perlu dilakukan melalui pendekatan moral-etis sebagaimana yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah bahwa:

Dalam sosialisasi keuangan syariah bukan hanya kelebihan keuangan syariah yang disampaikan tetapi juga bahaya riba perlu disampaikan baik untuk diri sendiri maupun dampaknya bagi ekonomi Negara, misalnya salah satu keuntungan meninggalkan riba telah dibuktikan pada saat krisis moneter tahun 98 dimana banyak bank kesulitan untuk bertahan bahkan ada yang sampai tutup, tetapi bank syariah dengan sistem tanpa riba sanggup bertahan menghadapi krisis moneter (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Selain dari pendekatan moral etis edukasi juga bisa dilakukan melalui spiritual atau emosional keagamaan, ini juga disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Dalam melakukan edukasi melalui pendekatan emosional keagamaan, biasanya PT. BPRS Hikmah Wakilah mengadakan ceramah baik untuk karyawan maupun masyarakat. Untuk karyawan ceramah diadakan setiap jumat bagi sebelum kegiatan kantor dilakukan, dan untuk masyarakat melalui ceramah di tempat seminar maupun ketika khutbah jumat (Wawancara dengan PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Edukasi menjadi strategi yang sangat diperlukan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah, sehingga dengan adanya edukasi dapat membuat masyarakat bisa lebih mengenal produk keuangan syariah dan meyakinkan masyarakat terhadap sistem syariah yang diterapkan khususnya pada PT. BPRS Hikmah Wakilah. Akan tetapi strategi ini tidak akan maksimal jika dilaksanakan hanya sekali atau dua kali saja, dan juga harus diimbangi dengan praktek yang benar.

2. Promosi

Promosi merupakan bentuk edukasi yang terarah pada segmen pasar potensial dan produk yang akan ditawarkan. Berdasarkan pada kenyataan masih banyak masyarakat yang belum mengerti prinsip dan operasional bank syariah, maka perlu dilakukan sosialisasi dan promosi intensif sebagaimana yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah bahwa:

Meskipun di Aceh semua lembaga keuangan sudah dikonversi menjadi syariah, tapi nyatanya masih banyak masyarakat yang kurang tau dengan produk keuangan yang menggunakan prinsip syariah dan bagaimana dengan sistem penerapan produk keuangan syariah, untuk itu sosialisasi dan promosi insentif tentang konsep lembaga keuangan syariah khususnya BPRS, dengan adanya sosialisasi dan promosi yang intensif akan menyadarkan masyarakat untuk menabung di bank syariah khususnya di PT. BPRS Hikmah Wakilah (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan promosi melalui *marketing* promosi yang dilakukan tidak hanya melalui tatap muka, tetapi juga melalui media sosial, seperti yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Bentuk promosi yang digunakan bermacam, dari yang berbayar hingga yang gratis, biasa PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukannya pada kegiatan expo baik yang diadakan masyarakat maupun yang diadakan pemerintah, sehingga dengan mengikuti acara tersebut masyarakat menjadi tau tentang keberadaan PT. BPRS Hikmah Wakilah dan produknya. Selain dari kegiatan tersebut PT. BPRS Hikmah Wakilah juga

melakukannya melalui media cetak seperti penyebaran brosur yang berisikan tentang produk PT. BPRS Hikmah Wakilah maupun tentang persyaratan pengajuan pembiayaan. Seiring dengan perkembangan zaman dan maraknya penggunaan gadget dan internet maka PT. BPRS Hikmah Wakilah juga tidak menyalakan kesempatan yang ada yaitu melakukan promosi melalui media sosial, seperti misalnya Facebook, youtube, dan website, dari website tersebut masyarakat bisa melihat sejarah, manajemen, visi-misi, karir, laporan keuangan, penghargaan yang dicapai, produk, bahkan berita terbaru tentang PT. BPRS Hikmah Wakilah. Selain dari itu PT. BPRS Hikmah Wakilah juga memanfaatkan radio sebagai media promosi (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Sasaran dari strategi promosi ini adalah masyarakat luas. Meskipun demikian promosi dari elektronik ini belum bisa dikatakan sangat berhasil, karena belum terdapat bukti dari efektifnya bentuk promosi ini. Karena kebanyakan masyarakat umum menggunakan media sosial selain komunikasi juga untuk hiburan, masih sangat jarang yang menggunakannya untuk melihat perbankan syariah. Kebanyakan masyarakat juga sudah meninggalkan radio.

3. Sumber Daya Manusia (SDM)

Jika dalam produk bank syariah melalui proses yang cukup lama, maka PT. BPRS Hikmah Wakilah berusaha memberikan pelayanan yang cepat dan proses yang mudah. Untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan karyawan yang mempunyai, sebagaimana yang katakana Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

Untuk memenuhi kebutuhan nasabah tentunya PT. BPRS Hikmah Wakilah membutuhkan karyawan, maka dari itu dilakukan perekrutan karyawan, dengan kriteria yang dianggap mampu untuk memenuhi kebutuhan nasabah maupun PT. BPRS Hikmah Wakilah, seperti memiliki akhlak yang baik, mampu melayani dengan cepat dan tepat, menguasai produk yang ditawarkan sehingga memberi pemahaman tersendiri pada masyarakat, serta jujur dan mampu memberikan kepercayaan masyarakat terhadap nilai syariah produk-produk PT. BPRS Hikmah Wakilah (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Selain dengan merekrut karyawan dengan kriteria yang telah ditentukan, untuk mengembangkan SDM karyawan juga diperlukan pendidikan dan pelatihan, seperti yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah bahwa:

Usaha yang dilakukan untuk meningkatkan SDM karyawan harus terus dilakukan, oleh karena itu maka perlu adanya pendidikan, biasanya PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam hal ini akan melakukan pelatihan, atau mengirim karyawan untuk mengikuti pelatihan seperti yang akan dilakukan pada 23 juni di Kota Medan dalam acara pelatihan analisa pembiayaan syariah, tidak hanya meningkatkan SDM karyawan mengenai lembaga keuangan syariah, tetapi juga PT. BPRS Hikmah Wakilah berusaha meningkatkan SDM karyawan nya dari sisi keagamaan, usaha ini dilakukan setiap jum'at pagi sebelum melakukan kegiatan perusahaan dengan mengundang penceramah dari luar maupun dari karyawan yang dianggap bisa untuk menyampaikan ceramah agama (Wawancara dengan Kadiv marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Untuk mencapai pelayanan yang cepat serta proses yang mudah karyawan juga harus menguasai ilmu dan

teknologi seperti yang disampaikan Kadiv Marketing PT.

BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Setiap karyawan memang harus memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah setidaknya yang ada pada PT. BPRS Hikmah Wakilah sehingga karyawan dapat memberikan penjelasan ketika ada nasabah yang kurang paham, karyawan juga harus bisa teknologi setidaknya teknologi yang digunakan PT. BPRS Hikmah Wakilah sehingga terciptalah pelayanan yang cepat dan proses yang mudah (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah).

Kesimpulan yang dapat diambil adalah untuk meningkatkan SDM PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan perekrutan karyawan dengan karakter yang telah ditentukan dan juga melakukan dan mengirim karyawan dalam kegiatan pelatihan untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru yang bisa diterapkan nantinya dan juga penguasaan produk dan teknologi sangat di perlu agar terwujudnya pelayanan yang cepat serta proses yang mudah.

4. Bukti Fisik

Cara dan pelayanan kepada nasabah PT. BPRS Hikmah Wakilah bisa menjadi bukti nya yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik, sebagaimana yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

Kalau kita bahas tentang bukti fisik, cara dan pelayanan kepada masyarakat sudah bisa dikatakan bukti nyata yang bisa dirasakan masyarakat, tidak lagi kumalah nasabah murabahah mencapai 1.173 yang disebutkan tadi dan pembiayaan yang mencapai Rp.85.495.219.981 udah bisa bisa dijadikan bukti

fisik (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Selain pelayanan yang baik, jumlah nasabah, PT BPRS Hikmah Wakilah juga menjalin hubungan dengan berbagai pakar keuangan syariah seperti yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai berikut:

PT. BPRS Hikmah Wakilah juga melakukan hubungan baik dengan berbagai pakar dari UIN Ar-Raniry dan universitas lainnya dan melakukan kerja sama, dan juga pastinya dengan Dengan Pengawas Syariah” (wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

PT. BPRS Hikmah Wakilah juga melakukan pemetaan potensi dan optimasi ekonomi daerah sebagaimana yang disampaikan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah bahwa:

Agar mendapatkan bukti fisik yang baik PT. BPRS Hikmah Wakilah juga melakukan pemetaan potensi sehingga PT. BPRS Hikmah Wakilah mengetahui kemampuan BPRS dan keuangan syariah lainnya dalam mengelola sumber ekonomi yang ada sehingga dengan mengetahui hal tersebut akan membuat lembaga semakin meningkatkan kemampuan mereka dan menjadi yang lebih baik lagi (Wawancara dengan Kadiv Marketing PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2022).

Benang merah yang dapat ditarik dari bukti fisik pelaksanaan bukti fisik strategi bersaing PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi pembiayaan mikro bank syariah, dengan tercantumnya data tabel jumlah nasabah pembiayaan terlebih lagi jumlah angka pembiayaan murabahah.

4.4 Analisis Resistensi LKMS Dalam Menghadapi Perbankan Syariah Di Sektor Pembiayaan Mikro Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Ditinjau Dari Strategi Bertahan Dan Strategi Bersaing

Kehadiran produk pembiayaan mikro bank syariah di tengah persaingan menjadi tantangan besar untuk PT. BPRS Hikmah Wakilah, kemudian PT. BPRS Hikmah wakilah menunjukkan sikap resistensi atau berusaha bertahan maupun melawan produk pembiayaan mikro bank syariah, bentuk resistensi yang saat ini terlihat pada PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah pencarian Rutinitas atau *routini seeking*, dimana PT, BPRS Hikmah Wakilah berusaha mencari jalan keluar serta solusi dari permasalahannya menghadapi persaingan produk pembiayaan mikro bank syariah, dengan menggunakan strategi pilihan yang dianggap mampu bertahan.

Dalam menyikapi adanya produk pembiayaan mikro bank syariah, PT. BPRS Hikmah Wakilah menggunakan strategi utamanya, yaitu banyak melakukan edukasi atau pemahaman kepada masyarakat mengenai keberadaan BPRS itu sendiri, karena pada dasarnya kurangnya pemahaman mengenai keberadaan BPRS serta nilai-nilai di dalamnya menjadi kendala dalam proses pengembangan BPRS, kemudian memenuhi kebutuhan masyarakat dengan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, meskipun tidak menjanjikan margin yang lebih ringan, proses yang mudah, pelayanan cepat, dan persyaratan ringan menjadi penunjang penyaluran produk, dan melakukan pendekatan kepada masyarakat. Dari pendekatan yang dilakukan bisa diketahui seperti apa kondisi dan problematika bisnis masyarakat saat ini, karakter masyarakat

akan mempengaruhi sikap yang harus diambil agar masyarakat mendapatkan pemahaman tentang bisnis yang syariah.

Beberapa penerapan aspek strategi bertahan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai tindakan menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah bila merujuk pada landasan teori adalah:

1. Produk

Produk yang ditawarkan PT. BPRS Hikmah Wakilah sudah lengkap, namun poin penting pada produk adalah terdapat pada produk murabahah, dimana produk ini sesuai diterapkan untuk usaha yang ada di lingkungan masyarakat. Produk ini juga memiliki banyak variasi yang memungkinkan untuk menarik nasabah terutama murabahah investasi yang menguasai 52% pembiayaan pada tahun 2021 di PT. BPRS Hikmah Wakilah.

Terdapat kesesuaian dengan ulasan teori produk yang merupakan kesatuan barang dan jasa agar dapat dibeli dan dikonsumsi memiliki dua alternatif strategi yaitu pengembangan produk dan siklus daur hidup produk (Sudarsono, 2012). Dalam realisasinya produk PT. BPRS Hikmah Wakilah seperti murabahah merupakan sistem pengembangan produk, dimana selain solusi dari modal para pelaku usaha, PT. BPRS Hikmah Wakilah juga membuat agar produk ini dapat mengembangkan usaha nasabah, bukan hanya dikenal. Sehingga dengan pengembangan produk siklus daur hidup produk akan terus berjalan.

Menurut akademisi kalau yang menjadi sasarannya adalah masyarakat biasa atau menengah ke bawah maka dalam

pengembangan produk bukannya hanya fitur dalam produk tersebut yang perlu dikembangkan tetapi kemudahan akses terhadap produk juga harus diperhatikan, karena masyarakat akan merasa *ilfeel* apabila proses akses ke produk tersebut tergolong sulit, seperti harus melalui aplikasi, pergi ke teller, pergi ke sini, surat ini, surat itu dan sebagainya. Bisa dikatakan semakin mudah akses untuk produknya maka kecenderungan ketertarikan akan semakin besar dan sebaliknya. Salah satu bentuk untuk mempermudah akses masyarakat kepada produk adalah dengan jempit bola.

2. Promosi

Dari aspek promosi dapat dikatakan bahwa PT. BPRS Hikmah Wakilah melaksanakan promosi dengan cara pendekatan dan memberi pemahaman melalui kegiatan kemasyarakatan, tetapi promosi seperti ini juga menemui kendala yaitu mengenai sikap masyarakat yang belum terlalu paham akan produk syariah dan masih meragukan kesyariahan produk keuangan syariah, oleh karena itu PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan edukasi sekaligus promosi.

Dalam landasan teori yang menguraikan strategi promosi terdapat tiga aspek, yaitu mencermati kondisi sosial dan kemampuan internal, kedua mengadakan investigasi tentang kendala operasional atau risiko-risiko pembiayaan bagi produk lain, yang terakhir dibutuhkan sosialisasi yang lebih agresif mengenai BPRS (Sudarsono, 2012).

PT. BPRS Hikmah Wakilah telah melakukan ketiga aspek tersebut, di mana PT. BPRS Hikmah Wakilah telah

mencermati kondisi sosial sehingga dapat mengetahui problematika bisnis masyarakat sehingga mendapatkan kesimpulan tentang pengambilan keputusan pembiayaan yang disesuaikan dengan kondisi internal. PT BPRS Hikmah Wakilah juga mengadakan investigasi risiko-risiko pembiayaan agar pembiayaan yang diberikan terhindar dari kemungkinan-kemungkinan risiko pembiayaan seperti pembiayaan macet, disini PT. BPRS Hikmah Wakilah menggunakan prinsip 5C dan 7P. PT. BPRS Hikmah Wakilah juga melakukan sosialisasi mengenai BPRS dan produknya serta lembaga keuangan syariah, seperti mengikuti kegiatan kemasyarakatan, sosialisasi ke sekolah-sekolah, serta memberikan pemahaman kepada calon nasabah.

Menurut akademisi, strategi melakukan pendekatan kepada masyarakat memang sangat diperlukan untuk meyakinkan masyarakat apalagi masih banyak masyarakat yang meragukan produk pembiayaan syariah. Dan yang paling penting adalah produk yang dipromosikan harus sesuai dengan yang diberikan sehingga terbangun *trust*.

3. Tempat

Dalam distribusi, PT. BPRS Hikmah Wakilah melihat lokasi sebagai peluang bersaing dengan produk pembiayaan mikro bank syariah. Bila dikaitkan dengan landasan teori ada 5 aspek yang diperhatikan dalam strategi tempat, aksesibilitas dan visibilitas sehingga lokasi mudah diakses dan dilihat dari jarak pandang yang normal, tempat parkir yang luas, ekspansi yaitu ketersediaan tempat yang luas, lingkungan bisnis yang harus

dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis dan kedekatan lokasi dengan persaingan (Sudarsono, 2012).

PT. BPRS Hikmah Wakilah telah memenuhi kriteria tersebut, dimana lokasi yang dipilih yaitu Jl. Sri Ratu Safiatuddin No.11-13, Peunayong Banda Aceh merupakan tempat yang sangat strategis, mudah diakses dan dapat dilihat dalam jarak pandangan normal. Tempat parkir juga tersedia luas di mana ruko/gedung PT. BPRS Hikmah Wakilah berada di bagian tepi jalan sehingga bisa memberikan lokasi parkir yang lebih luas yaitu dari samping dan dari depan gedung. Dari segi ekspansi pihak PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan strategi lain yaitu dengan membuka kantor cabang dan kas sehingga lokasi tidak hanya berpusat pada satu tempat dan tentunya akan mempermudah masyarakat/nasabah dalam mengakses PT. BPRS Hikmah Wakilah dan daya saing juga akan semakin kuat. Dari segi pesaing di sekitaran Jl. Sri Ratu Safiatuddin No.11-13, Peunayong Banda Aceh ada beberapa bank syariah lokasinya tidak terlalu jauh dari PT. BPRS Hikmah Wakilah, dikarenakan daerah tersebut memang sangat strategis sehingga banyak pesaing yang menginginkan lokasi tersebut.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah strategi tempat dari keterangan di atas bahwa PT. BPRS Hikmah Wakilah memanfaatkan lokasi yang berdekatan dengan fasilitas usaha, sebagai tindakan distribusi. Memungkinkan untuk memasarkan produk PT. BPRS Hikmah Wakilah sendiri, strategi tempat merupakan kesempatan yang potensial.

PT. BPRS Hikmah Wakilah lebih memanfaatkan lokasi operasional yang berpotensi menunjang kinerja BPRS, banyak usaha yang melingkupi keberadaan PT. BPRS Hikmah Wakilah selain dari pada pasar, terdapat pula rumah-rumah makan, perhotelan, toko-toko souvenir, pakaian, elektronik dan toko-toko lainnya. Lokasi tersebut juga memiliki akses yang mudah, jika potensi dari lokasi ini benar-benar mampu dieksekusi dengan baik oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah, pastinya sangat menunjang, permasalahannya produk pembiayaan mikro bank syariah juga telah merambah pelaku usaha cukup luas, dan kantornya juga tersebar di mana-mana.

Menurut Akademisi strategi tempat yang dilakukan sudah sangat bagus apalagi lokasi kantor pusat berada di tengah kota, banyak masyarakat yang berlalu-lalang di sekitaran tempat itu, tapi perlu diperhatikan dan diperhitungkan apakah dengan menyewa tempat di situ dapat memberikan *break even point* dalam jangka waktu setiap tahunnya.

4. Partisipan

Inti dari pembahasan partisipan, kreativitas dan pelayanan yang cepat serta proses yang mudah menjadi karakteristik partisipan. Setidaknya ada tiga yang diperhatikan dalam strategi partisipan menurut teori yaitu, peningkatan sumber daya manusia dibidang perbankan syariah. Hal ini diperlukan untuk memicu pengembangan BPRS, memperhatikan faktor yang tidak bertentangan dengan syariah. Artinya bidang usaha yang akan dibiayai tidak saja harus mendatangkan *profit*, tetapi juga harus mendatangkan barang

atau jasa yang halal sesuai dengan syariah. Dan terakhir melakukan diversifikasi portofolio, dalam hal ini BPRS dalam memberikan pembiayaan perlu mengupayakan agar pembiayaan tersebut tidak terkonsentrasi pada satu sektor ekonomi dan bidang saja (Sudarsono, 2012).

Masih terdapat kelemahan dalam strategi partisipan yang diterapkan PT. BPRS Hikmah Wakilah, walaupun pelayanan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah lebih cepat dari pada bank syariah terutama pengajuan produk pembiayaan mikro, akan tetapi produk pembiayaan mikro bank syariah menawarkan margin yang lebih murah sehingga akan menjadi pertimbangan yang sangat besar bagi nasabah antara pelayanan cepat dan mudah atau harga yang lebih murah. Kelemahan demikianlah yang harus diselesaikan sehingga dalam hal partisipan PT. BPRS Hikmah Wakilah tidak hanya mengedepankan standar atau kriteria pegawai tetapi juga meningkatkan kinerja pegawai.

Menurut Akademisi selain memberikan pelayanan yang cepat, proses yang mudah dan persyaratan ringan, karyawan PT. BPRS Hikmah Wakilah juga harus ramah dan selalu senyum juga sapa kepada nasabah dan jangan ada beranggapan bahwa karyawan lebih baik dari pada nasabahnya.

Sedangkan beberapa penerapan aspek strategi bersaing pada PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai tindakan menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah bila merujuk pada landasan teori sebagai berikut:

1. Edukasi

Strategi edukasi yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah ada sisi keberhasilannya yaitu adanya pelaku usaha yang yakin akan nilai syariah yang diterapkan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah, dengan adanya edukasi yang dilakukan dapat menarik perhatian nasabah untuk mengambil pembiayaan di PT. BPRS Hikmah Wakilah meskipun ada produk pembiayaan mikro bank syariah yang menawarkan margin yang lebih rendah. Dari sini bisa dikatakan strategi tersebut belum maksimal jika pelaksanaannya hanya sekali atau dua kali saja, oleh karena itu PT. BPRS Hikmah Wakilah terus melakukan edukasi melalui marketing. Perbedaan dari aspek edukasi dan promosi adalah dilihat dari *event* yang ada, dimana edukasi khusus pada *event* yang diadakan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah, sementara promosi dilaksanakan pada *event* di luar kegiatan lembaga.

Kegiatan edukasi bila dilihat dari yang tertera di landasan teori ada empat yaitu, meyakinkan masyarakat, pendekatan rasional, aspek moral-etis dan aspek spiritual (Sudarsono, 2012). Aspek yang telah dijalankan PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah:

- a. Meyakinkan masyarakat untuk menabung dan berhubungan secara intensif dengan BPRS, termasuk menjelaskan konsep lembaga keuangan syariah khususnya pada BPRS secara lebih mudah dan dipahami masyarakat. Dalam melaksanakan kegiatan edukasi, PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukannya

melalui *marketing* ketika mempromosikan produk, sehingga masyarakat mendapat penjelasan dari pihak BPRS terkait prosedur pengajuan pengajuan dan juga sistem bagi hasil dan letak perbedaan antara produk keuangan syariah dengan konvensional, karena masih banyak masyarakat yang berpahaman bahwa produk keuangan syariah sama dengan konvensional hanya berubah nama menjadi kearab-araban. PT. BPRS Hikmah Wakilah juga memberikan pemahaman bahwa sistem yang mereka gunakan tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi juga berusaha meningkatkan usaha para nasabah.

- b. Pendekatan rasional meliputi pelayanan yang memuaskan, tingkat bagi hasil yang lebih tinggi dan margin yang bersaing, serta kemudahan akses dan fasilitas. Pendekatan rasional juga bermakna menggunakan akal sehat dan cerdas dalam memilih bank yang akan kita gunakan.

PT. BPRS Hikmah Wakilah memperhatikan baik bagaimana tata cara pelayanan, selain dari pada cepat dan tepat juga margin yang dijanjikan benar-benar sesuai dengan kondisi pelaku usaha. Pendekatan rasional juga diwujudkan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam acara edukasi literasi keuangan yang dilakukan di sekolah-sekolah di sekitaran kota Banda Aceh.

- c. Pendekatan moral-etis adalah penjelasan rasional tentang dampak sistem ribawi bagi ekonomi negara, bangsa dan masyarakat secara agregat, dan dampaknya terhadap ekonomi dunia. Dengan penjelasan itu, secara moral tanpa

memandang agama semua orang akan terpanggil untuk meninggalkan sistem riba.

PT. BPRS Hikmah Wakilah juga ikut serta dalam mensyiarkan bahaya riba baik melalui edukasi yaitu ke sekolah-sekolah dan universitas, bertatap muka langsung dengan nasabah guna memberitahukan bahaya riba sekaligus promosi, maupun melalui promosi seperti di radio, serta menjadi narasumber dalam kegiatan seminar.

- d. Pendekatan spiritual yaitu pendekatan emosional keagamaan karena sistem dan label syariah yang melekat pada BPRS. Pendekatan ini cocok bagi mereka yang taat menjalankan agama, atau masyarakat yang loyal kepada aplikasi syariah.

Menurut Akademisi edukasi merupakan strategi yang penting dan harus dilakukan. Misalnya melakukan kerja sama dengan universitas dan sekolah-sekolah, dan PT BPRS Hikmah Wakilah juga harus lebih intens mengadakan *event* dan di Universitas dan sekolah-sekolah juga ke masyarakat terutama masyarakat menengah ke bawah.

2. Promosi

Dalam melakukan promosi PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukannya melalui brosur sebagai pengenalan awal, pemasangan baliho, melalui berbagai *event expo*, radio. Selain dari itu PT. BPRS Hikmah Wakilah juga mengikuti perkembangan zaman dalam melakukan promosi, dimana yang sedang marak untuk sekarang ini adalah penggunaan media sosial yang semakin melonjak, melihat hal tersebut PT. BPRS Hikmah Wakilah tidak menyiakan peluang untuk melakukan

promosi seperti melalui facebook, Instagram, youtube dan website. Meskipun demikian, promosi melalui media sosial dan sejenisnya belum bisa dikatakan berhasil, karena belum terdapat bukti dari efektifnya bentuk promosi ini, karena memang kebanyakan masyarakat umum menggunakan media sosial selain komunikasi juga untuk hiburan, masih sangat jarang yang menggunakan untuk melihat produk keuangan syariah.

Bentuk strategi promosi yang tercantum dalam landasan teori antara lain, melakukan sosialisasi dan promosi intensif tentang konsep produk keuangan syariah, termasuk keuntungan menabung dan mengambil pembiayaan di BPRS, dan Langkah-langkah untuk mensosialisasikan keberadaan BPRS, bukan hanya produknya tetapi sistem yang digunakan perlu diperhatikan (Sudarsono, 2012).

Meskipun promosi yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah sesuai dengan teori yaitu berupa penyebaran brosur, mengunggah di media sosial, youtube, radio, dan juga mengenalkan lembaga keuangan syariah melalui edukasi yang ada, hal ini masih belum bisa bersaing dengan produk pembiayaan mikro bank syariah di mana sampai saat ini pun masyarakat masih memilih sisi margin yang rendah.

Pendapat Akademisi mengenai strategi promosi PT. BPRS Hikmah Wakilah sudah sangat bagus, tetapi perlu ditingkatkan, bukan hanya produk yang perlu dipromosikan tetapi pencapaian PT. BPRS Hikmah Wakilah juga perlu disebarluaskan misalnya keberhasilan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam membantu usaha nasabah, pemberian CSR

mengikuti suatu *event*, kegiatan sosialisasi ke masyarakat, sponsor-sponsor yang diberikan bisa melalui media sosial ataupun koran sehingga bisa menjadi edukasi sekaligus promosi.

3. Sumber Daya Manusia

Empat karakter yang telah tertera memberikan nilai penting dalam melaksanakan strategi bersaing menghadapi pembiayaan mikro bank syariah, akhlak yang baik merupakan karakter yang akan menarik kepercayaan masyarakat untuk mempercayakan usahanya pada PT. BPRS Hikmah Wakilah. Kedua melayani dengan cepat dan tepat, tentunya para karyawan PT. BPRS Hikmah Wakilah juga menguasai produk yang akan mereka tawarkan untuk lebih mudah memahamkan para pelaku usaha, dan jujur adalah karakter yang sangat menunjang, dimana karyawan memberikan penjelasan produk sesuai dengan prosedur dan tata bagi hasil didalamnya, jadi tidak akan ada produk yang tidak tepat mengenai pelaku usaha. Perbedaan bentuk pendekatan seperti ini dengan promosi adalah sumber daya manusia PT. BPRS Hikmah Wakilah mampu melihat kesempatan pendekatan seperti ini, kemudian eksekusinya adalah melalui promosi.

Strategi sumber daya manusia yang tercantum dalam landasan teori adalah melakukan perekrutan dan pengembangan Sumber Daya Manusia dengan sistem manajemen modern dan kompetitif, yang kedua usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia dapat dilakukan melalui pelatihan-pelatihan mengenai lembaga keuangan syariah serta

lingkungan yang mempengaruhinya, selanjutnya ialah penguasaan ilmu dan teknologi adalah persyaratan utama bagi kemajuan dalam berbagai bisnis (Sudarsono, 2012).

PT. BPRS Hikmah Wakilah telah melakukan rekrutmen karyawan yang sesuai dengan kriteria yang telah mereka tentukan. Dalam mendukung pengembangan Sumber Daya Manusia karyawan PT. BPRS Hikmah Wakilah akan mengadakan atau mengirimkan perwakilan untuk mengikuti pelatihan mengenai lembaga keuangan syariah maupun pelatihan mengenai marketing, seperti yang dilakukan pada tanggal 23 di Kota Medan dalam kegiatan pelatihan analisis pembiayaan syariah. Selanjutnya dimana karyawan PT. BPRS Hikmah Wakilah akan dituntun dan dibimbing untuk menguasai produk dan teknologi keuangan yang mereka gunakan, meskipun demikian, teknologi pada PT. BPRS Hikmah Wakilah masih belum bisa dibandingkan dengan bank syariah yang lebih besar dan berpengalaman apalagi telah bergabungnya tiga bank syariah besar menjadi satu bank syariah yang lebih besar lagi, tentunya teknologi yang digunakan juga akan semakin matang.

Akademisi juga mengatakan strategi untuk meningkatkan SDM karyawan adalah dengan mengikuti pelatihan dan mengikuti pendidikan. Selain promosi Pendidikan juga memerlukan biaya yang sangat besar untuk menunjang kinerja yang lebih baik. Misalnya mengirimkan karyawan untuk magang di perusahaan yang lebih besar sehingga karyawan tersebut mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru dari

perusahaan tersebut dan kemudian bisa diterapkan di PT. BPRS Hikmah Wakilah.

4. Bukti fisik

Benang merah yang dapat ditarik dari bukti fisik pelaksanaan strategi bersaing PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi pembiayaan mikro bank syariah adalah dengan adanya tercantum data tabel jumlah nasabah pembiayaan yang paling banyak digunakan, serta dari jumlah pembiayaan murabahah yang mencapai RP.85.495.219.981. Jika berbicara mengenai persaingan dengan produk pembiayaan mikro bank syariah jumlah nasabah pembiayaan murabahah dalam tabel belum dapat dikatakan kompetitif, jumlah angka pembiayaan murabahah yang mencapai RP.85.495.219.981 juga masih kalah dengan nasabah pembiayaan mikro bank syariah yang pastinya melebihi nasabah murabahah tersebut, apalagi setelah bergabungnya 3 bank syariah besar di Indonesia menjadi 1 bank syariah yang lebih besar lagi.

Jika dikaitkan dengan teori, PT. BPRS Hikmah Wakilah hanya memakai dua aspek yaitu membangun hubungan baik dengan berbagai pakar perbankan termasuk menerima masukan dari mereka, dan menjadikan masukan tersebut sebagai pendukung pengambilan keputusan, kedua pemetaan dan optimasi ekonomi daerah akan diketahui berapa besar kemampuan BPRS dan lembaga keuangan syariah yang lain dalam mengelola sumber-sumber ekonomi yang ada (Sudarsono, 2012).

Dalam hal ini PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan hubungan baik dengan pakar perbankan syariah baik dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) maupun dari pihak akademisi UIN-Ar-raniry, dan kampus lainnya yang ada di Aceh. Menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah, mengingat produk pembiayaan mikro bank syariah juga mempunyai bukti fisik yang cukup, yaitu para pelaku usaha yang usahanya sudah dibiayai oleh pembiayaan mikro bank syariah. Untuk strategi bukti fisik PT. BPRS Hikmah Wakilah dari keberhasilan operasionalnya belum terlihat sepenuhnya dapat bersaing dengan produk pembiayaan mikro bank syariah, dari jumlah pembiayaan murabahah saja masih terkesan sedikit bila dibandingkan dengan jumlah usaha yang telah menerima pembiayaan dari pembiayaan mikro bank syariah, apalagi setelah bergabungnya tiga bank syariah terbesar menjadi satu bank yang lebih besar.

Melihat strategi yang diterapkan PT. BPRS Hikmah Wakilah Akademisi menyarankan agar PT. BPRS Hikmah Wakilah terus meningkatkan kinerja marketing sehingga nasabah semakin meningkat dan tentunya bukti fisik yang dimiliki jua akan semakin bersaing.

Dari pemaparan di atas PT. BPRS Hikmah Wakilah telah menerapkan semua aspek dari strategi bertahan, akan tetapi belum menerapkan semua aspek strategi bersaing sehingga bisa disimpulkan strategi yang diterapkan PT. BPRS Hikmah Wakilah hanya bisa bertahan dan belum mampu bersaing dengan produk pembiayaan mikro bank syariah. Strategi

bersaing yang dapat dikembangkan PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah strategi bukti fisik sehingga dapat bersaing dengan produk pembiayaan mikro bank syariah.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian resistensi LKMS dalam menghadapi perbankan syariah di sektor pembiayaan mikro pada PT. BPRS Hikmah Wakilah kantor pusat dapat disimpulkan bahwasanya untuk resistensi pada PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah pencarian rutinitas atau routine seeking, dimana PT. BPRS Hikmah Wakilah berusaha mencari jalan keluar serta solusi dari permasalahannya menghadapi persaingan produk pembiayaan mikro bank syariah. Selanjutnya berkaitan dengan bagaimana Resistensi PT. BPRS Hikmah Wakilah Dalam Menghadapi Produk Pembiayaan Mikro Bank Syariah adalah dengan menggunakan:

1. Strategi bertahan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah melalui produk, promosi tempat dan partisipan. Dari keempat aspek tersebut aspek produk, promosi, tempat dan partisipan bersesuai dengan teori.
2. Strategi bersaing PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah yaitu melalui edukasi, promosi, sumber daya manusia yang baik dan bukti fisik. Edukasi menjadi aspek harapan untuk PT. BPRS Hikmah Wakilah, karena strategi berupa pemahaman dan pendekatan, promosi dan sumber daya manusia juga terdapat

kesesuaian dengan teori sementara bukti fisik hanya dua komponen yang digunakan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. PT. BPRS Hikmah Wakilah perlu mengadakan evaluasi kendala-kendala dalam penyaluran produk, dan evaluasi strategi yang belum maksimal sehingga dapat bersaing dengan produk pembiayaan mikro bank syariah, juga perlu menciptakan inovasi baru terkait strategi dalam menghadapi produk pembiayaan mikro bank syariah, dan juga menjadi solusi agar margin yang ditawarkan bisa semenarik bank syariah sehingga tidak hanya proses yang mudah, pelayanan cepat, dan persyaratan ringan menjadi kelebihan tetapi juga dari segi margin.
2. Dengan adanya penelitian ini tidak hanya dijadikan sebagai bahan untuk memberikan wawasan, informasi dan pemahaman kepada mahasiswa yang mempunyai kepentingan dan berkaitan terhadap penelitian ini. Tapi hendaklah mahasiswa untuk terus melanjutkan penelitian ini, agar strategi yang dilakukan PT. BPRS Hikmah Wakilah ataupun lembaga keuangan lainnya dapat lebih berkembang lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Barry. (2000). *Kamus Ilmiah Kontemporer Dilengkapi Pedoman Pembentukan Istilah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Amalia, A. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan pendekatan Bauran Pasar Dan SWOT Pada Perusahaan Popsy Tubby. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* No. 13 Vol. 1, 299.
- Amalia, E. (2009). *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran LKM dan UKM Di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Amri, M. N. (2018). Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Islamic Microfinance). *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol, 11, No. 3, 25
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ansori, M., & Hazmi, F. (2020). Strategi Bersaing Lembaga Keuangan Syariah dalam Menghadapi Persaingan Industri Keuangan di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman* Vol. 6 No. 1, 67–80.
- Baskara, I. G. (2013). Lembaga Keuangan Mikro Di Indonesia. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 18, No. 2, 115.
- Darsono, A. S. (2017). *Memberdayakan Keuangan Mikro Syariah Indonesia: Peluang dan Tantangan Ke Depan*. Jakarta: Tazkia Publishing dan Bank Indonesia.
- Darwanto. (2014). Strategi Penguatan Microfinance Syariah Berbasis Ekonomi Kelembagaan. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* Vol. 8, No. 2, 502.
- Dewi Diniaty, A. (2014). Perencanaan Strategi Pemasaran pada Produk Anyaman Pandan. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri* No. 02 Vol. 11, 178.

- Diah, H. T. (2019). Resistensi Perubahan Disposisional dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Operator Sistem Akuntansi Instansi Badan Kependudukan Bencana Nasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* No. 03 Vol. 7, 226.
- Fasa, M. I. (2013). Tantangan dan Strategi Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. VII No. 2, 247.
- Fawaidh, A. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan yang Berorientasi Ekspor dalam Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Administrasi Bisnis* No. 01 Vol. 39, 3.
- Hasim, M. A. (2005). *Bisnis Satun Cabang Jihad*. Jakarta: Pustaka Al Kautsar.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ida Farida, A. T. (2016). Analisis Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, No. 01 Vol. 01, 34.
- Lina Anatan, Lina. E. (2009). *Strategi Bersaing*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, L. J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhamad. (2011). *Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad. (2000). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UUP AMP YKPN.
- _____ (2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: VP.
- Muslimin, S. (2015). Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Terhadap Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada BMT Al Amin Makassar). *Jurnal Ekonomi Islam Fakultas*, 2.

- Nazif, M. (2021). *Strategi Persaingan Antara Lembaga keuangan Syariah Mikro (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Dan BMT Adzkiya Metro). Skripsi. Jurusan SI Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies* No. 01 Vol. 04, 81.
- Oktafia, R. (2021). Mandiri Kantor Cabang Krian Untuk Bertahan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 6 No. 1, 29–42.
- Pujianto, S. (2020). *Resistensi Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Produk Kredit Usaha Rakyat (Studi Kasus PT BPRS Aman Syariah Kantor Pusat Sekampung) Jurusan : SI Perbankan Syariah (SI PBS) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam INSTIT.*
- Ratnawati, A. (2011). Potensi dan Strategi Pengembangan Bank Syariah Di Indonesia: Kajian Produk Syariah Dari Segi Fiqh Muamalah. *Jurnal JHI* No.02 Vol. 9, 79.
- Ridwan, M. (2004). *Manajemen Baitul maal wa Tanwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.
- Rifka Amelia Laihah, V. p. (2019). Analisis faktor Yang Menyebabkan Resistensi Dalam Proses Perubahan Organisasi Di Otoritas Jasa Keuangan Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA* No. 01 Vol. 7, 531.
- Rivai, V. A. (2008). *Bank and Financial Institution Management*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rusyiana, A. S. (2018). Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia: Pendekatan Matriks IFAS EFAS. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol 9. No. 1, 51.
- Sari, M. (2005). Konsep Pembiayaan BPRS (Kredit Perbaikan Rumah Swadaya) Mikro Syariah Bersubsidi Melalui Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Di BMT

- Husnayain). *Jurnal Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta*, chap. 2.
- Sakti, A. (2013). Pemetaan Kondisi Dan Potensi BMT: Kemitraan dalam rangka memperluas pasar & jangkauan pelayanan bank syariah kepada usaha mikro. *Jurnal Al-Muzara'ah*, Vol. I, No. 1, 2.
- Siregar, B. G. (2015). Peranan Bank Syariah dalam Mengembangkan Kewirausahaan. *Jurnal At Tijaroh* No. 01 Vol. 01, 9.
- Siti, A. (2021). *Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto IAIN PUWOKERTO*
- Subandi. (2012). Problem dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah Kontemporer di Indonesia. *Jurnal Al Tahrir* No. 01 Vol. 12, 14-15.
- Sudarsono, H. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiono, (2013). *metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surakhmad, W. (1998). *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar Metode Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Umar, H. (2002). *Metode Riset Komunikasi Organisasi: sebuah pendekatan kuantitatif, dilengkapi dengan contoh proposal dan hasil riset komunikasi organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro