ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MINAT PEDAGANG DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN PADA PT LKMS MAHIRAH MUAMALAH DI BANDA ACEH

MUFIED ALKAMAL
NIM. 30183747

PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Analisis Faktor-Faktor Minat Pedagang Dalam Mengambil Pembiayaan Pada PT. LKMS Mahirah Muamalah Di Banda Aceh

MUFIED ALKAMAL
NIM : 30183747
Program Studi Ekonomi Syariah

Tesis ini dapat diajukan kepada
Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh
untuk diajukan dalam ujian Tesis

Menyutujui,

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Dr. Ridwan Nurdin, MCL	Dr. Muhammad Zulhilmi, MA

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MINAT PEDAGANG DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN PADA PT. LKMS MAHIRA MUAMALAH DI BANDA ACEH

MUFIED ALKAMAL
NIM: 30183747
Program Studi Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh
Tanggal: 08 Juli 2022 M
09 Dzulhijjah 1443 H

TIM PENGUJI

Ketua;	Sekretaris;
Dr. Armiadi Musa, MA	Suherman, S.IP., M.Ec
Penguji;	Penguji;
Dr. Muhammad Maulana, MA	Dr. Bismi Khalidin., M.Si
Penguji;	Penguji;
Dr. Muhammad Zulhilmi, MA	Dr. Ridwan Nurdin, MCL

Banda Aceh, 18 Juli 2022
Pascasarjana
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
Direktur,

(Prof. Dr. H. Mukhsin Nyak Umar, MA)
NIP. 19630325 199003 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa	: Mufied Alkamal
Tempat/Tanggal Lahir	: Kuta Baro, Sawang, 24 September 1986
Nomor mahasiswa	: 30183747
Program Studi	: Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa **tesis** ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan dalam **tesis** ini tidak terdapat karya/pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banda Aceh, 23 Juni 2022

Saya yang menyatakan,



Mufied Alkamal

NIM: 30183747

جامعة الرانري
AR-RANIRY

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada seluruh alam. Salawat dan salam penulis hantarkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah memperjuangkan Islam di tengah-tengah kesulitan sehingga kita dapat merasakan nikmat iman. Dengan Ridha Allah dan memaknai semangat rasulullah penulis dapat menyelesaikan thesis berjudul "Analisis Faktor-Faktor Minat Pedagang Dalam Mengambil Pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah di Banda Aceh" ini.

Penulisan tesis sebagai salah satu syarat kelulusan di Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Selama proses penyusunan thesis ini, penulis menghadapi berbagai masalah dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu.

Penulis mengucapkan Terima kasih kepada ketua Prodi Magister Ekonomi Syariah, kepada Bapak Dr. Ridwan Nurdin, MCL selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing penulis selama ini, dan kepada Bapak Dr. Muhammad Zulhilmi,

MA selaku pembimbing II yang juga telah banyak membimbing penulis selama ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga yang telah mendukung penulis secara fisik, materil dan moril untuk menyelesaikan pendidikan magister ini. Selebihnya penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu.

Akhirnya penulis mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini, sehingga dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca umumnya pada masa yang akan datang.

Banda Aceh, 22 Juni 2022

Mufied Alkamal

ABSTRAK

Judul Tesis :Analisis Faktor-Faktor Minat Pedagang dalam Mengambil Pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah di Banda Aceh
Nama NIM : Mufied Alkamal/30183747
Pembimbing I : Dr. Ridwan Nurdin, MCL
Pembimbing II : Dr. Muhammad Zulhilmi, MA
Kata Kunci : Faktor Minat, Pembiayaan, LKMS

PT. LKMS Mahirah Muamalah adalah satu-satunya lembaga keuangan mikro syariah yang bertujuan memberikan pembiayaan pada pedagang-pedagang di Banda Aceh. PT. LKMS Mahirah Muamalah berusaha terus meningkatkan target pedagang yang mengajukan pembiayaan agar visi misi perusahaan dan Kota Banda Aceh dapat tercapai. Rumusan masalah penelitian ini adalah apa saja faktor minat pedagang dalam mengambil pembiayaan di kota Banda Aceh dan apa strategi untuk meningkat jumlah pedagang yang mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor minat pedagang dalam mengambil pembiayaan dan apa strategi untuk meningkatkan jumlah pedagang yang mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan analisa SWOT, *strength* (kekuatan) *weakness* (kelemahan) *opportunity* (peluang) dan *Treath* (ancaman). Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dengan narasumber pedagang yang mengambil pembiayaan dan pegawai di PT. LKMS Mahirah Muamalah. Hasilnya faktor minat positif pedagang yang mengambil pembiayaan di Kota Banda Aceh dipengaruhi oleh metode jemput bola dan informasi kepuasan pelanggan yang tersebar di lingkungan pasar,

sedangkan minat negative dipengaruhi oleh kurangnya promosi mengenai produk dan sosialisasi mengenai program pembiayaan syariah. Strategi yang dapat diaplikasikan adalah melakukan sosialisasi dan promosi, melakukan inovasi produk dan sistem kerja dan meningkatkan SDM dan meningkatkan modal perusahaan.

ABSTRACT

Thesis Title : Analysis of Seller Interest Factors in Taking Financing at PT. LKMS Mahirah Muamalah in Banda Aceh
Name/NIM : Mufied Alkamal/30183747
Keywords : Interest Factor, Financing, LKMS

PT. LKMS Mahirah Muamalah is the only Islamic microfinance institution that aims to provide financing to sellers in Banda Aceh. PT. LKMS Mahirah Muamalah continues to increase the target of sellers who apply for financing so that the vision and mission of the company and the City of Banda Aceh can be achieved. The problem of this research is what are the factors of sellers' interest in taking financing in the city of Banda Aceh and what are the strategies to increase the number of sellers who take financing at PT. LKMS Mahirah Muamalah. The purpose of this research is to find out the factors of sellers' interest in taking financing and what are the strategies to increase the number of sellers who take financing at PT. LKMS Mahirah Muamalah. This research method is descriptive qualitative with SWOT analysis, strength, weakness, opportunity and threat. Data collection was carried out by interview method with sellers who took the financing and employees at PT. LKMS Mahirah Muamalah. The result is that the positive interest factor of sellers who take financing in Banda Aceh is influenced by the door to door method and customer satisfaction information scattered in the market environment, while negative interest is influenced by the lack of promotion of products and socialization of Islamic financing programs. Strategies that can be applied are conducting socialization and promotion, innovating products and work systems, increasing human resources and increasing company capital

نبذة مختصرة

عنوان الرسالة :تحليل عوامل اهتمام التجار بأخذ التمويل في PT. Mahirah Muamalah في باندا آتشيه

نيم :مفيد الكمال /30183747

MCL, نوردين رضوان : **لأول المشرف**

M.A, الحلم ذو مجد :**الثاني المشرف**

الكلمات الدالة :عامل الفائدة ، التمويل ، LKMS

PT. LKMS Mahirah Muamalah هي مؤسسة التمويل الأصغر الإسلامية الوحيدة التي تهدف إلى توفير التمويل للمتداولين في Banda Aceh. PT. تواصل LKMS Mahirah Muamalah زيادة هدف التجار الذين يتقدمون للحصول على التمويل حتى يمكن تحقيق رؤية ورسالة الشركة ومدينة Banda Aceh. إن مشكلة صياغة هذا البحث هي ما هي عوامل اهتمام التجار بأخذ التمويل في مدينة باندا آتشيه وما هي الإستراتيجيات لزيادة عدد التجار الذين يأخذون التمويل في PT. LKMS Mahirah Muamalah. الغرض من هذا البحث هو معرفة عوامل اهتمام المتداولين بأخذ التمويل وما هي الإستراتيجيات لزيادة عدد المتداولين الذين يأخذون التمويل في PT. LKMS Mahirah Muamalah. طريقة البحث هذه وصفية نوعية مع تحليل SWOT ، القوة (القوة) الضعف (الضعف) الفرصة (الفرصة) و الصداع (التهديد). تم جمع البيانات بطريقة المقابلة مع المتداولين الذين حصلوا على التمويل والموظفين في PT. LKMS Mahirah Muamalah. والنتيجة هي أن عامل الاهتمام الإيجابي للتجار الذين يأخذون التمويل في مدينة باندا آتشيه يتأثر بطريقة الاستلام ومعلومات رضا العملاء المنتشرة في بيئة السوق ، في حين يتأثر الاهتمام السلبي بعدم الترويج للمنتجات وتنشئة المجتمع. برامج التمويل الإسلامي. الاستراتيجيات التي يمكن تطبيقها هي إجراء التنشئة الاجتماعية والترويج وابتكار المنتجات وأنظمة العمل وزيادة الموارد البشرية وزيادة رأس مال الشركة. تم جمع البيانات بطريقة المقابلة مع المتداولين الذين حصلوا على التمويل والموظفين في PT. LKMS Mahirah Muamalah. والنتيجة هي أن عامل الاهتمام الإيجابي للتجار الذين يأخذون التمويل في مدينة باندا آتشيه يتأثر بطريقة الاستلام ومعلومات رضا العملاء المنتشرة في بيئة السوق ، في حين يتأثر الاهتمام السلبي بعدم الترويج للمنتجات وتنشئة المجتمع. برامج التمويل الإسلامي. الاستراتيجيات التي يمكن تطبيقها هي إجراء التنشئة الاجتماعية والترويج وابتكار المنتجات وأنظمة العمل وزيادة الموارد البشرية وزيادة رأس مال الشركة. تم جمع البيانات بطريقة المقابلة مع المتداولين الذين حصلوا على التمويل والموظفين في PT. LKMS Mahirah Muamalah. والنتيجة هي أن عامل الاهتمام الإيجابي للتجار الذين يأخذون التمويل في مدينة باندا آتشيه يتأثر بطريقة الاستلام ومعلومات رضا العملاء المنتشرة في بيئة السوق ، في حين يتأثر الاهتمام السلبي بعدم الترويج للمنتجات وتنشئة المجتمع. برامج التمويل الإسلامي. الاستراتيجيات التي يمكن تطبيقها هي إجراء التنشئة الاجتماعية والترويج وابتكار المنتجات وأنظمة العمل وزيادة الموارد البشرية وزيادة رأس مال الشركة. والنتيجة هي أن عامل الاهتمام الإيجابي للتجار الذين يأخذون التمويل في مدينة باندا آتشيه يتأثر بطريقة الاستلام ومعلومات رضا العملاء المنتشرة في بيئة السوق ، في حين يتأثر الاهتمام السلبي بعدم الترويج للمنتجات وتنشئة المجتمع. برامج التمويل الإسلامي. الاستراتيجيات التي يمكن تطبيقها هي إجراء التنشئة الاجتماعية والترويج وابتكار المنتجات وأنظمة العمل وزيادة الموارد البشرية وزيادة رأس مال الشركة. والنتيجة هي أن عامل الاهتمام الإيجابي للتجار الذين يأخذون التمويل في مدينة باندا آتشيه يتأثر بطريقة الاستلام ومعلومات رضا العملاء المنتشرة في بيئة السوق ، في حين يتأثر الاهتمام السلبي بعدم الترويج للمنتجات وتنشئة المجتمع. برامج التمويل الإسلامي. الاستراتيجيات التي يمكن تطبيقها هي إجراء التنشئة الاجتماعية والترويج وابتكار المنتجات وأنظمة العمل وزيادة الموارد البشرية وزيادة رأس مال الشركة.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR v
ABSTRAK vii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi Masalah 6
1.3. Batasan Masalah 7
1.4. Rumusan Masalah 7
1.5. Tujuan Penelitian 8
1.6. Kegunaan Hasil Penelitian 8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN PENGAJIAN HIPOTESIS 4
2.1. Deskripsi Teori 4
2.1.1 Sejarah Lembaga Keuangan Syariah 5
2.1.2 Pengertian Lembaga Keuangan Syariah 7
2.1.3 Prinsip-prinsip LKMS 8
2.1.4 Jenis-jenis Akad dalam Lembaga Keuangan Syariah 8
2.1.5 Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah (LKMS) 11
2.1.6 LKMS Mahirah Muamalah 16
2.1.7 Lembaga Keuangan Syari'ah Lainnya 17
2.1.8 Teori Minat 20
2.1.9 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat 22
2.1.10 Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) 25
2.2 Kerangka Berpikir 39
BAB III PROSEDUR PENELITIAN 40
3.1. Metode Penelitian 40

3.2 Populasi dan Sampel 41
3.3. Instrumen Penelitian 42
3.3 Jenis dan Sumber Data 57
3.4 Teknik Pengumpulan Data 58
3.4. Teknik Analisis Data 59
BAB IV HASIL PENELITIAN 61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 61
4.2 Faktor Faktor Minat Pedagang 69
4.3 Faktor-Faktor Eksternal PT. LKMS Mahirah Muamalah 72
BAB V PENUTUP 87
5.1 Kesimpulan 87
5.1 Saran 88
DAFTAR PUSTAKA 90

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian 44
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penelitian Kekuatan 53
Tabel 3. 3 Variabel dan Indikator Penelitian Weakness 54
Tabel 3. 4 Variabel dan Indikator Penelitian Opportunity 55
Tabel 3. 5 Variabel dan Indikator Penelitian Tantangan 56
Tabel 4. 1 Susunan Pengurus dan Pengawas pada PT. LKMS Mahirah Muamalah 65
Tabel 4. 2 Aspek dan Poin-Poin Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dimiliki 74
Tabel 4. 3 Matriks SWOT Minat Pedagang Mengambil Pembiayaan pada 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT 27
Gambar 2. 2 Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal terhadap Kondisi Perusahaan 33
Gambar 2. 3 Matriks SWOT 38
Gambar 2. 4 Kerangka Berpikir 39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Hasil Wawancara Responden …….. 52

Lampiran B: Qanun Kota Banda Aceh Nomor 6 Tahun 2017 Tentang Pembentukan Perseroan Terbatas Lembaga Keuangan Mikro Syariah Mahirah Muamalah ……..…. 113

جامعة الرانري
AR-RANIRY

UIN
جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sistem keuangan dan perbankan Islam merupakan bagian dari konsep yang lebih luas tentang ekonomi Islam, dimana tujuannya sebagaimana dianjurkan oleh para Ulama, adalah memberlakukan sistem nilai dan etika Islam kedalam lingkaran Ekonomi.[1]Dalam upaya mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) diperlukan dukungan yang komprehensif dari lembaga keuangan. Selama ini UMKM terkendala akses pendanaan ke lembaga keuangan formal. Untuk mengatasi kendala tersebut, di masyarakat telah tumbuh dan berkembang banyak lembaga keuangan non-bank yang melakukan kegiatan usaha jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik yang didirikan oleh pemerintah atau masyarakat. Lembaga-lembaga tersebut dikenal dengan sebutan lembaga keuangan mikro (LKM). Tetapi LKM tersebut banyak yang belum berbadan hukum dan memiliki izin usaha. Dalam rangka memberikan landasan hukum yang kuat atas operasionalisasi

[1] Zainul Arifin, Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah (Jakarta, 2009), hlm. 16

LKM, pada 8 Januari 2013 telah diundangkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro.

Lembaga Keuangan Mikro (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.

Pada saat ini masih sangat banyak pedagang di wilayah Kota Banda Aceh terutama pedagang skala usaha mikro dan kecil yang belum terberdayakan dan terbina untuk memajukan usahanya, kondisi ini membuat banyak pedagang mikro dan kecil yang memutuskan untuk berhubungan dengan rentenir dan lembaga yang tidak resmi dalam mengakses modal mereka. Hal ini pada nantinya akan membuat para pedagang menjadi sulit dalam mengembangkan usahanya di samping besarnya pengembalian yang harus dibayarkan juga tidak terdapat keberkahan dalam menjalankan usahanya.

PT. LKMS Mahirah Muamalah hadir dan bertujuan untuk meningkatkan akses pembiayaan pada usaha mikro, usaha kecil dan usaha rumah tangga, meningkatkan kinerja usaha mikro, usaha kecil dan usaha rumah tangga, memperluas kesempatan

kerja dan mengurangi kemiskinan.[2]membantu memberikan pembiayaan skala mikro dan kecil kepada pedagang-pedagang di Kota Banda Aceh. PT. LKMS Mahirah Muamalah merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah milik Pemerintah Kota Banda Aceh yang berdiri pada tanggal 15 Desember 2017 dan diawasi oleh OJK dan BI. PT. LKMS Mahirah Muamalah diresmikan pada tanggal 27 April 2018 oleh Bapak Walikota Banda Aceh dan resmi beroperasi di bidang pelayanan jasa dan permodalan pada tanggal 2 Mei 2018, dengan harapan lembaga ini dapat menjawab tantangan dan kebutuhan masyarakat di wilayah Kota Banda Aceh yang memiliki usaha di wilayah Kota Banda Aceh dengan prinsip-prinsip syariah.

Setelah empat Tahun berdirinya Lembaga Keuangan Mikro Syariah ini, penulis akan meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi minat pedagang dalam mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah dengan menggunakan analisis SWOT sehingga nantinya akan didapatkan apa saja yang menjadi kendala dan tantangan sehingga dapat memberikan solusi untuk pengembangan lembaga keuangan mikro ini kedepan. Setiap lembaga keuangan pasti memiliki kekuatan dan kelemahannya masing-masing karena banyak faktor yang melekat pada lembaga keuangan tersebut, oleh karena itu penelitian ini nantinya akan mencari dan menganalisis

[2] Qanun Kota Banda Aceh no.6 tahun 2017 tentang Pembentukan Perseroan Terbatas Lembaga Keuangan Mikro Syariah Mahirah Muamalah hlm.4

faktor-faktor minat pedagang dalam mengambil pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah di Banda Aceh.

Menurut Aulia R, dkk (2021) Per Desember 2019, LKMS Mahirah Muamalah telah memberikan pembiayaan yang disalurkan kepada pengusaha kecil dan mikro sebesar Rp 10,048 Miliar, meningkat 424 persen dari periode 2018, yaitu sebesar Rp. 1,91 Miliar. Jumlah nasabah yang diberikan modal sebanyak 659 orang pada 2018 kini meningkat hingga 1.956 orang pada 2019, dengan rasio pembiayaan bermasalah sebesar 2,9 persen. Penyaluran tersebut memerlukan evaluasi tentang dampak dari penyaluran pembiayaan tersebut terhadap pertumbuhan UMKM sebagai bahan untuk menilai kinerja dari LKMS tersebut. Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Mahirah Muamalah kini dinilai sangat baik berdasarkan dari penilaian Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyatakan Rasio Solvabilitas dan Rasio Likuiditas milik LKMS Mahirah Muamalah mendapatkan penilaian sehat. Ini tergambar dengan Rasio Solvabilitas minimal 110 persen dan Rasio Likuiditas minimal 3 persen.

Penelitian berkaitan dengan faktor minat pedagang mengambil pembiayaan dan PT. LKMS Mahirah Muamalah pernah dilakukan beberapa kali. Hasra, Andi Nurul Risa (2022) meneliti Efektivitas Program Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Mahirah Muamalah Dalam Pengembangan UMKM Di Kota Banda Aceh Provinsi Aceh. Menurut Hasra (2022)

pelaksanaan Program PT. LKMS Mahirah Muamalah dalam pengembangan UMKM di Kota Banda Aceh belum optimal atau kurang efektif, masih banyak hal-hal yang harus dibenahi terkait sistem transaksi dan prosedur penginputan data yang masih manual. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Aulia Rahmat dkk (2021) berjudul Operasionalisasi Lembaga Keuangan Baru dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro. Menurut Rahmat dkk (2021) operasional LKMS Mahirah Muamlah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Banda Aceh. Hal ini disebabkan karena umur perusahaan yang masih sangat muda (kurang dari dua tahun ketika penelitian ini dilakukan). Penelitian mengenai faktor minat mengambil pembiayaan juga dilakukan oleh Amalia, E., & Paramita, M (2020) berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Pembiayaan Pada LKMS dan LKM. Menurut Amalia dan Paramita (2020) faktor lokasi dan jarak, faktor persepsi, faktor lingkungan social dan faktor promosi sangat mempengaruhi minat pedagang untuk mengambil pembiayaan.

Sebagai lembaga keuangan mikro syariah PT. LKMS Mahirah Muamalah tentulah diharapkan memenuhi target jumlah nasabah setiap tahunnya. Untuk itu dibutuhkan sebuah penelitian untuk melihat dan mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang untuk menjadi nasabah pada PT. LKMS Mahirah Muamalah.

1.2.Identifikasi Masalah

Kehadiran banyak lembaga-lembaga keuangan dan lembaga keuangan non Bank di Aceh khsusnya di Banda Aceh membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk dapat mengajukan pembiayaan dalam hal permodalan. Mengacu pada Qanun Lembaga Keuangan Syariah no. 11 Tahun 2018 di Aceh maka setiap lembaga keuangan di Aceh haruslah menjadi lembaga keuangan syari'ah. PT LKMS Mahirah Muamalah yang sejak didirikan dan diresmikan telah menjadi lembaga keuangan syariah, setelah empat tahun menjalankan operasionalnya tentu banyak hal yang telah dilakukan dan banyak faktor yang menyebabkan lembaga ini terus berkembang sesuai perkembangan zaman. Maka penelitian ini nantinya akan menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi minat pedagang dalam mengambil pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah di Banda Aceh.

Penulis akan menggunakan Analisis SWOT untuk melihat faktor-faktor minat pedagang dalam mengambil pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah dengan menganalisis Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang) dan Threats (tantangan) yang dihadapi oleh PT LKMS Mahirah Muamalah selama empat tahun sejak didirikan dan beroperasi di Banda Aceh.

Nasabah pembiayaan atau Debitur pada PT. LKMS

Mahirah Muamalah yang dalam hal ini adalah pedagang di wilayah Kota Banda Aceh tentunya mempunyai alasan untuk mengambil pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah, penelitian ini nantinya akan mencari dan menganalisis apa saja yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang untuk menjadi nasabah pada lembaga tersebut, tentunya setiap orang memiliki alasan yang berbeda untuk menjadi nasabah pembiayaan pada lembaga tersebut, maka setiap alasan tersebut tentunya akan menjadi faktor yang mengikat pada PT LKMS Mahirah Muamalah untuk menjadi dasar untuk dapat berbenah menjadi lebih baik kedepan.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah minat Pedagang di kota Banda Aceh untuk menjadi nasabah pada PT. LKMS Mahirah Muamalah

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini

- Apa saja faktor –faktor yang mempengaruhi minat Pedagang untuk menjadi nasabah pada PT. LKMS Mahirah Muamalah di Banda Aceh?
- Apa strategi yang dapat diterapkan oleh PT. LKMS Mahirah Muamalah guna memperoleh lebih banyak pengajuan pembiayaan oleh Pedagang?

1.5. Tujuan Penelitian

- Faktor apa saja yang mempengaruhi minat pedagang dalam mengambil pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah
- Untuk mengetahui apa saja kekuatan yang dimiliki oleh PT LKMS Mahirah Muamalah
- Untuk mengetahui apa saja kelemahan yang ada pada PT LKMS Mahirah Muamalah
- Untuk mengetahui apa saja peluang yang dimiliki oleh PT LKMS Mahirah Muamalah
- Untuk mengetahui apa saja tantangan yang dimiliki oleh PT LKMS Mahirah Muamalah
- Untuk mengetahui bagaimana strategi apa yang dapat diterapkan untuk dapat mempengaruhi minat pedagang dalam mengajukan pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah

1.6. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil Penelitian ini nantinya diharapkan berguna untuk;

1. Bagi Penulis, dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis

2. Bagi Akademik, diharapkan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan, untuk pengembangan ilmu di bidang

akademik dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya

3. Bagi Praktisi, dapat bermanfaat bagi dunia perbankan terutama untuk pengembangan dan kemajuan PT LKMS Mahirah Muamalah Banda Aceh

BAB II
LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN PENGAJIAN HIPOTESIS

2.1. Deskripsi Teori

Dalam ekonomi Islam maslahah dapat dicapai apabila manusia hidup dalam keseimbangan. Kehidupan yang seimbang merupakan esensi dari ajaran Islam. Yang pada akhirnya nanti maslahah dalam pencapaian falah akan menciptakan kesejahteraan bagi manusia. Dan apabila maslahah dalam pencapaian falah tersebut tidak dalam keseimbangannya, akan menyebabkan kerusakan (mafsadah) pada salah satu kegiatan ekonomi

Hadirnya lembaga-lembaga perbankan dan keuangan syari'ah didasarkan kepada maslahah. Inovasi zakat produktif dan waqaf tunai juga didasarkan kepada maslahah. Pendeknya semua aktivitas dan perilaku dalam perekonomian acuannya adalah maslahah. Jika di dalamnya ada kemaslahatan, maka hal itu dibenarkan dan dianjurkan oleh syari'ah. Sebaliknya jika di sana ada kemudaratan dan mafsadah, maka prakteknya tidak dibenarkan, seperti ihtikar, spekulasi valas dan saham, gharar, judi, dumping, dan segala bisnis yang mengandung riba. Demikian pula dalam membicarakan perilaku konsumen dalam

kaitannya dengan utility. Dalam ekonomi konvensional, tujuan konsumen adalah untuk memaksimalkan utility, sedangkan dalam ekonomi Islam untuk memaksikumkan maslahah.

2.1.1 Sejarah Lembaga Keuangan Syariah

Diskusi mengenai sejarah LKS tidak bisa dilepaskan dari pembahasan mengenai kemunculan perbankan syariah yang merupakan embrio dari LKS di seluruh dunia pada era 1940-an. Ide-ide tentang LKS atau bank yang bebas bunga sudah mulai bermunculan. Ide-ide tersebut dilontarkan oleh beberapa pemikir Islam dalam beberpa tulisan mereka tentang perbankan syariah, seperti Muhammad Hamidullah (1944-1962), Anwar Qureshi (1946), NaiemSiddiq (1948) dan Mahmud Ahmad (1962) serta al-Mahdudi (1962) yang menulis kembali pemikiran tersebut secara lebih rinci.

Kemunculan bank syariah pada awalnya tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940, yang pada waktu itu adalah usaha pengelolaan dana jamaah haji secara non-ribawi. Akan tetapi, pendirian Mit Ghamr Lokal Saving Bank oleh Ahmad El-Najar yang dibantu oleh Raja Faisal dari Arab Saudi tercatat yang paling fenomenal. Dalam jangka

waktu empat tahun Mit Ghmar berkembang dengan membuka sembilan cabang dengan nasabah mencapai satu juta orang. Gagasan lain muncul dari konferensi negara-negara Islam se-dunia di Kuala Lumpur pada tanggal 21-27 april 1969 yang diikuti oleh negara peserta. Di Indonesia sendiri sudah muncul gagasan mengenai bank syariah pada pertengahan 1970 yang dibicarakan pada seminar Indonesia –Timur Tengah pada tahun 1974 dan Seminar Internasional pada tahun 1976. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang merupakan hasil kerja tim Perbankan MUI yang ditandatangani pada tanggal 1 November 1991.

Di belahan benua Eropa, Denmark tercatat sebagai negara Eropa pertama yang mempunyai bank syariah, yaitu the Islamic Bank Internasional or Denmark (1983). Pada tahun 1987, di Pasedena, Amerika Serikat berdiri suatu LKS yang bernama American Finance House-Lariba. LKS ini mendapatkan izin operasi dari pemerintah negara bagian Califonia sebagai perusahaan pembiayaan syariah. Lariba sendiri merupakan singkatan dari Los Angeles Reliable Investment Bankers atau bermakna bankir investasi terpercaya Los Angeles. Kecuali di AS juga terdapat sebuah konvensional yang membuka pelayanan syariah yaitu Devon Bank. Beberapa bank lainnya yang membuka layanan syariah di Amerika yaitu Freddie Mac, University bank, dan Guidance Residential.

2.1.2 Pengertian Lembaga Keuangan Syariah

Dalam pandangan konvensionalnya, lembaga keuangan adalah badan usaha yang kekayaan utama berbentuk aset keuangan, memberikan kredit dan menanamkan dananya dalam surat berharga, serta menawarkan jasa keuangan lain seperti simpanan, asuransi, investasi, pembiayaan, dan lain-lain. Menurut Warde, tidak ada satu definisi pun yang dapat menjelaskan pengertian lembaga keuangan secara sempurna dalam pandangan syariah. Akan tetapi, Warde memberikan beberapa kriteria tentang sebuah lembaga keuangan yang berbasis syariah, yaitu: lembaga keuangan milik umat Islam, melayani umat Islam, ada dewan syariah, merupakan anggota organisasi *Internasional Association of Islamic Banks* (IAIB) dan sebagainya.

Dari penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa sebuah lembaga keuangan syariah adalah lembaga, baik bank maupun non-bank, yang memiliki spirit Islam baik dalam pelayanan maupun produk-produknya, dalam pelaksanaannya diawasi oleh sebuah lembaga yang disebut Dewan Pengawasan Syariah. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa lembaga keuangan syariah mencakup semua aspek keuangan baik persoalan perbankan maupun kerjasama pembiayaan, keamanan dan asuransi perusahaan, dan lain sebagainya yang berlangsung di luar konteks perbankan.

2.1.3 Prinsip-prinsip LKMS

Beberapa prinsip operasional dalam LKMS adalah :

1. Keadilan, yaitu prinsip berbagi keuntungan atas dasar penjualan yang sebenarnya berdasarkan konstribusi dan resiko masing-masing pihak.

2. Kemitraan, yaitu prinsip kesetaraan diantara para pihak yang terlibat dalam kerjasama. Posisi nasabah investor (penyimpanan dana), dan penggunaan dana, serta lembaga keuangan itu sendiri, sejajar sebagai mitra usaha yang saling bersinergi untuk memperoleh keuntungan.

3. Transparansi, dalam hal ini sebuah LKS diharuskan memberikan laporan keuangan secara terbuka dan berkesinambungan kepada nasabah investor atau pihak-pihak yang terlibat agar dapat mengetahui kondisi dana yang sebenarnya.

4. Universal, yaitu prinsip di mana LKS diharuskan memberikan suku, agama, ras, dan golongan dalam masyarakat dalam memberikan layanannya sesuai dengan prinsip islam sebagai rahmatan lil alamin.

2.1.4 Jenis-jenis Akad dalam Lembaga Keuangan Syariah

Seacara umum, istilah-istilah tersebut berkaitan dengan asal jenis akad yang digunakan dalam penciptaan produk atau jasa

tersebut. Dalam LKS, akad adalah kesepakatan tertulis antara lembaga keuangan dan pihak yang memuat adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dangan prinsip syariah. Berikut ini dijelaskan beberapa istilah sebagai cerminan akad yang umum digunakan dalam LKS:

1. Al-Wadiah, Al-Wadiah secara umum dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendakinya. Penerima titipan boleh mengambil upah tertentu sebagai biaya pemeliharaan atas barang tersebut. Atau barang tersebut boleh dimanfaatkan sepanjang tidak merusak.

2 Al-Mudharabah, Al-Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama menyediakan seluruh (100 persen) modal, sedangkan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Bila terjadi kerugian, kerugian materi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut bukan akibat kelalaian si pengelola, sedangkan pengelola sudah menanggung kerugian waktu dan tenaga. Pada sisi penghimpunan data, al-mudharahbah diterapkan pada tabungan dan deposito. Sedangkan pada sisi pembiyaan, almudharabah, diterapkan untuk pembiyaan modal kerja.

3. Al-Musyarakah, Dalam sistem ini terjadi kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu. Pada pihak yang bekerja sama masing-masing memberikan kontribusi modal dengan persentase yang disepakati. Keuntungan ataupun risiko usaha tersebut akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan atau persetanse modal masing-masing.

4. Al-Murabahah, Dalam sistem ini terjadi jual beli suatu barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang nilainya seharusnya disepakati kedua belah pihak. Dalam skema awal, penjual diharuskan memberi tahu harga pokok produk yang ingin dijual dan kemudian menentukan jumlah keuntungan yang diinginkan. Dalam praktik LKS di Indonesia, skema ini sangat umum diterapkan sebagai pembiyaan dalam jual beli rumah, mobil, dan aset-aset lainnya dengan istilah murabahah. Sebagai contoh, jika seseorang nasabah ingin memiliki sebuah mobil atau rumah tetapi belum mempunyai cukup uang maka ia dapat mendatangi LKS untuk meminta pembiyaan dengan skema murabahah ini.

Dalam praktik perbankan konvensional, hal ini bisa dikenal sebagai kredit mobil atau rumah dengan pengenaan bunga dengan jumlah tertentu. Bunga ini harus dibayarkan oleh nasabah bersama dengan cicilan pokok dalam kurun kredit.

5. Al-Muzara'ah, Akad muzara'ah biasa digunakan dalam bidang pertanian, yaitu kerja sama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, di mana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada si penggarap untuk ditanami dan pemelihara mendapat presentase dari hasil panen.

2.1.5 Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah (LKMS)

Menurut UU no.1 tahun 2013 pasal 1, Lembaga Keuangan Mikro yang selanjutnya disingkat 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. Sedangkan LKM Syariah merupakan LKM yang menggunakan dan menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Landasan hukum LKMS adalah UU Lembaga Keuangan Mikro No. 1 Tahun 2013 yang mulai berlaku sejak 08 Januari 2015 dan POJK No. 61/POJK.05/2015 Tentang Perubahan atas Peraturan POJK No. 12/POJK.05/2014 Tentang Perizinan Usaha Dan Kelembagaan Lembaga Keuangan Mikro

- **Dasar hukum**

1. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (Undang-Undang LKM).
2. Peraturan Pemerintah Nomor 89 Tahun 2014 tentang Suku Bunga Pinjaman Atau Imbal Hasil Pembiayaan dan Luas Cakupan Wilayah Usaha Lembaga Keuangan Mikro.
3. Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK), SEOJK Nomor 29/SEOJK.05/2015 tentang Laporan Keuangan Lembaga Keuangan Mikro.
4. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK):
    a. POJK Nomor 12/POJK.05/2014 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Lembaga Keuangan Mikro.
    b. POJK Nomor 13/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Lembaga Keuangan Mikro.
    c. POJK Nomor 14/POJK.05/2014 tentang Pembinaan dan Pengawasan Lembaga Keuangan Mikro.
    d. POJK

       Nomor 61/POJK.05/2015 tentang Perubahan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.05/2014 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Lembaga Keuangan Mikro.

e. POJK Nomor 62/POJK.05/2015 tentang Perubahan atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 13/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Lembaga Keuangan Mikro.

- **Tujuan LKMS:**

1. Meningkatkan akses pendanaan skala mikro bagi masyarakat;
2. Membantu peningkatan pemberdayaan ekonomi dan produktivitas masyarakat
3. Membantu peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat miskin atau berpenghasilan rendah

- **Bentuk Badan Hukum LKMS**

1. Koperasi; atau
2. Perseroan Terbatas (sahamnya paling sedikit 60 persen dimiliki oleh pemerintah daerah kabupaten/kota atau badan usaha milik desa/kelurahan, sisa kepemilikan saham PT dapat dimiliki oleh WNI atau koperasi dengan kepemilikan WNI paling banyak sebesar 20 persen).

- **Kepemilikan LKMS**

LKM hanya dapat dimiliki oleh:

1. Warga Negara Indonesia;
2. Badan usaha milik desa/kelurahan;
3. Pemerintah daerah kabupaten/kota; atau
4. Koperasi.

- **Luas Cakupan Wilayah Usaha dan Permodalan LKMS**

1. Luas Cakupan wilayah usaha suatu LKM berada dalam satu wilayah desa/kelurahan, kecamatan, atau kabupaten/kota sesuai dengan skala usaha masing-masing LKM.
2. Skala usaha LKM yang dimaksud ditetapkan berdasarkan distribusi nasabah peminjam atau Pembiayaan sebagai berikut:
    a. LKM memiliki skala usaha desa/kelurahan apabila memberikan Pinjaman atau Pembiayaan kepada penduduk di 1 (satu) desa/kelurahan;
    b. LKM memiliki skala usaha kecamatan apabila memberikan Pinjaman atau Pembiayaan kepada

penduduk di 2 (dua) desa/kelurahan atau lebih dalam 1 (satu) wilayah kecamatan yang sama;

c. LKM memiliki skala usaha kabupaten/kota apabila memberikan Pinjaman atau Pembiayaan kepada penduduk di 2 (dua) kecamatan atau lebih dalam 1 (satu) wilayah kabupaten/kota yang sama.

Kegiatan usaha LKMS ini 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, berdasarkan prinsip syariah.

- **Laporan Keuangan LKMS**

1. LKM wajib menyampaikan laporan keuangan secara berkala setiap 4 (empat) bulan untuk periode yang berakhir pada 30 April, 31 Agustus, dan 31 Desember kepada OJK.

2. Penyampaian laporan keuangan dilakukan paling lambat pada akhir bulan berikutnya.

3. Ketentuan mengenai laporan keuangan LKM diatur dalam surat edaran OJK.

- **Pembinaan, Pengaturan, dan Pengawasan LKMS**

1. Pembinaan, pengaturan, dan pengawasan LKM dilakukan oleh OJK.

2. Dalam melakukan pembinaan LKM, OJK berkoordinasi dengan kementerian yang menyelenggarakan urusan koperasi dan Kementerian Dalam Negeri.

3. Pembinaan dan pengawasan LKM didelegasikan kepada pemerintah daerah kabupaten/kota atau pihak lain yang ditunjuk.

2.1.6 LKMS Mahirah Muamalah

LKMS Mahirah Muamalah didirikan oleh pemerintah kota Banda Aceh pada Tahun 2017 yang bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat kecil di kota banda aceh dan sekitarnya dan juga untuk memberantas maraknya praktik rentenir di kota banda aceh. LKMS Mahirah didirikan dengan dua Qanun, yaitu Pendirian LKMS dan Qanun Penyertaan Modal. LKMS Mahirah Muamalah resmi berdiri pada 15 Desember 2017 dan resmi beroperasi pada tanggal 27 April 2018 setelah mendapatkan izin Prinsip dan Izin Operasional dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

2.1.7 Lembaga Keuangan Syari'ah Lainnya

- **BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah)**

BPRS merupakan bank sistem transaksinya berdasarkan prinsip syariah, Bentuk hukum bank umum dan BPR dapat berupa Peseroan Terbatas (Perseroan), Perusahaan Daerah, dan Koperasi. Mekanisme operasional BPR Syariah tunduk pada peratuan BI Nomor 6/17/PBI/2004.

A. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk antara lain :

1. Tabungan berdasarkan prinsip wadi'ah atau mudharabah;
2. Deposito berjangka berdasarkan prinsip mudharabah;
3. Bentuk lain yang menggunakan prinsip wadi'ah atau mudharabah;

B. Menyalurkan dana dalam bentuk antara lain :

1. Transaksi jual beli dalam aktifitasnya menggunakan prinsip murabahah, isthisna dan salam;
2. Transaksi sewa menyewa di landaskan dengan prinsip ijarah;
3. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip : mudharabah; dan musyarakah;

4. Pembiayaan yang dilakukan dengan berlandaskan prinsip qardh

C. Melakukan transaksi yang tidak melanggar Undang-undang Perbankan dan prinsip syariah.

- BMT (Baitul Mal Wat Tamwil)

Definisi dari BMT secara harfiah (bahasa) yaitu baitul maal dan baitul tanwil. Baitul maal merupakan lembaga keuangan Islam yang memiliki kegiatan utama menghimpun dan mendistribusikan dana ZISWAHIB (zakat, infak,shadaqah, waqaf dan hibah) tanpa melihat keuntungan yang di dapatkan (non profit oriented). Baitul tamwil termasuk lembaga keuangan Islam informal yang dalam kegiatan maupun operasionaknya memperhitungkan keuntungan (*profit oriented*). Kegiatan utama bitul tamwil adalah menghimpun dana dan mendistribusikan kembali kepada anggota dengan imbalan bagi hasil atau mark-up/margin yang berlandaskan sistem syariah.

- **Koperasi Syariah**

Koperasi syariah di Indonesia dalam periode terakhir berkembang cukup pesat dan Continuitas yang tinggi dalam mengembang usahanya dalam memenuhi kebutuhan para anggotanya. Hal ini dapat dilihat dari banyak nya berdiri koperasi-koperasi syariah di seluruh pelosok

negeri.Pertumbuhan Koperasi Jasa Keuangan Syariah/Unit Jasa Keuangan Syariah (KJKS/UJKS) juga mengalami perkembangan yang pesat dan luar biasa,selain itu KJKS/UJKS merupakan instrumen pemberdayaanUMKM.Pelaksanaan kegiatan usaha berbasis pola syariah ini dimulai pada tahun 2003, sebanyak 26 KSP/USP-Koperasi Syariah. Lalu meningkat menjadi 100 KSP/USP koperasi syariah pada tahun 2004. Tahun 2007 diperkirakan jumlah koperasi syariah mencapai 3000 buah.Dan peningkatan koperasi syariah terus meningkat ,hingga akhir tahun 2010 ini lebih dari 4000 koperasi yang ada di masyarakat,yang tersebardi seluruh wilayah Indonesia.

Koperasi syariah menerapkan beberapa aspek dalam menjalankan kegiatannya guna melayani para anggotanya,termasuk juga aspek azas keseimbangan, azas keadilan,azas kerjasama.Contohnya dalam produksi dimana produksi dalam koperasi menghasilkan sesuatu yang bisa di manfaatkan oleh anggotanya maupun masyarakat, maka pebankan dalam hal ini sudah menerapkan aspek keadilan.Keputusan Menteri mengenai petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha koperasi yang disahkan pada September 2004 menyebutkan bahwa setiap koperasi yang akan memulai unit jasa keuangan syariah, diharuskan meyetor modal awal minimal Rp 15 juta untuk primer dan Rp 50 juta untuk koperasi sekunder.

Semua bank, koperasi jasa keuangan syariah dan unit jasa keuangan syariah diperkenankan menghimpun dana dari para anggota maupun masyarakat baik berupa tabungan, simpanan berjangka dalam pembiayaan mudharabah,musyarakah, murabahah, salam, istisna, ijarah dan alqadr. Selain kegiatan tersebut koperasi jasa keuangan juga diperkenankan menjalankan kegiatan pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah kepada masyarakat yang membutuhkan dan layak menerima.Termasuk juga waqaf yang di kelola secara terpisah.

2.1.8 Teori Minat

Menurut Sumadi Suryabrata (2002:68) definisi minat adalah "Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh". Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya. Minat dapat diartikan sebagai "Kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan". Pendapat lain tentang pengertian minat yaitu yang diungkapkan oleh T. Albertus yang diterjemahkan Sardiman A.M, minat adalah "Kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya" (2006:32).

Menurut Hilgard yang dikutip oleh Slameto (2003:57) minat adalah "Kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan". Kegiatan yang diminati seseorang 10 diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang. Sedangkan menurut Holland yang dikutip oleh Djaali (2007:122) mengatakan bahwa "Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu". Oleh karena itu minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu obyek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung di dalam obyek tersebut sehingga cenderung akan memperhatikan perhatian yang besar terhadap obyek. Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajari obyek tersebut. Untuk meningkatkan minat, maka proses pembelajaran dapat dilakukan dalam bentuk kegiatan siswa bekerja dan mengalami apa yang ada di lingkungan secara berkelompok. Di dalam kelompok tersebut terjadi suatu interaksi antar siswa yang juga dapat menumbuhkan minat terhadap kegiatan tersebut.

2.1.9 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat

A. Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*)

1. Pengetahuan

Menurut Miftahuddin (2016:29) pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya seperti mata, hidung, terlinga dan sebagainya. Dalam kegiatan pemasaran produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

2. Produk

Menurut Miftahuddin (2016:29) Pengertian produk menurut Kotler dan Amstrong adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bias ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi

melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetisi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilang keputusan pembelian.

Pengetahuan produk adalah kumpulan dari berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini melipkuti kategori produk, merek produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

3. Atribut Produk

Menurut Kotler & Amstrong dalam Miftahuddin (2016:31), beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk (karekteristik atribut produk) adalah:

1) Merek (*branding*)

Merek (*brand*) adalah nama, istilah, tanda, symbol atau rancarangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Pemberian merek merupakan masalah pokok dalam strategi produk. Pemberian merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat

produk itu berhasil atau gagal. Nama merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk.

2) Pengemasan (*packing*)

Pengemasan (packing) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk.

3) Kualitas Produk (*Product Quality*)

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsing meliputi, daya tahan keandalan. Ketapatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

4) Lokasi

Menurut Adam (2013) lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan sifatnya akan ditempatkan, yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlihat.

Menurut Miftahuddin (2016:29) dalam pengukuran pengetahuan produk menurut indikator Peneliti menggunakan 3 dimensi yang diadopsi dari indicator Brucks yang terdiri dari pengetahuan subjektif, pengetahuan objektif, dan pengetahuan berdasar pengalaman objektif dan pengetahuan berdasarkan pengalaman (pengalaman setelah membeli atau

menggunakan suatu produk), adapun indikatornya sebagai berikut:

a) Tingkat pengetahuan produk
b) Kemampuan untuk memahami produk
c) Informasi yang tersimpan dalam memori mengenai produk
d) Kemampuan membedakan dengan produk dari produsen lain
e) Penambahan pengalaman setelah membeli dan menggunakan suatu produk

2.1.10 Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)

A. Pengertian Analisis SWOT

Menurut Swardono (2002:2) analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT apabila dilihat berdasarkan filosofinya merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka kerja dan rencana strategi yang pernah diterapkan baik di medan

pertempuran maupun bisnis. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Sun Tzu, bahwa apabila kita mengenal kekuatan dan kelemahan lawan sudah biasa dipaastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran.

Menurut Fahmi (2010: 264) pembuatan keputusan perusahaan perlu pertimbangan factor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun factor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Dalam hal ini, analisis SWOT dipakai jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan pemaksimalan peranan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan ancaman yang timbul dan harus dihadapi dengan tepat.

Diagram Analisis SWOT



Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT
Sumber Rangkuti (2004:19)

Menurut Rangkuti (2004:19) kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Kuadran 2 meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Kuadran 3 perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Kuadran 4 merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat melihat evaluasi keseluruhan terhadap kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Treath*). Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk

mengidentifikasikan trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Ini merupakan langkah paling penting atas dasar dua alasan. Pertama, setiap perubahan dalam lingkungan eksternal bisa menimbulkan dampak serius pada pasar-pasar sebuah perusahaan. Dengan mengantisipasi dan melakukan tindakan, perusahaan akan mampu mengambil manfaat dari perubahaan perubahaan ini. Kedua, langkah ini memberikan peluang untuk menyusun aspek-aspek terpenting untuk dievaluasi.

B. Fungsi, Manfaat, dan Tujuan Analisis SWOT

1. Fungsi Analisis SWOT

Secara umum analisis SWOT sudah dikenal oleh sebagian besar tim teknis penyusun rencana perusahaan. Sebagian dari pekerjaan perencanaan strategi terfokus kepada apakah perusahaan mempunyai sumber daya dan kapabilitas yang memadai untuk menjalankan misi dan mewujudkan visinya. Pengenalan akan kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk menaruh perhatian dan melihat peluang-peluang baru, sedangkan penilaian yang jujur terhadap kelemahan-kelemahan yang ada akan memberikan bobot realisme pada rencana-rencana yang akan dibuat perusahaan. Jadi fungsi Analisis SWOT adalah menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, serta analisa

mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaa.

2. Manfaat Analisis SWOT

Analisis SWOT bermanfaat apabila telah secara jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi dan arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan misinya dan mewujudkan misinya dari hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan plihan strategi umum yang sesuai serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran-sasaran perusahaan selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para stakeholder atau analisis SWOT berguna untuk menganalisa faktor-faktor di dalam perusahaan yang memberikan andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

3. Tujuan Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2004:10) tujuan utama Analisis SWOT adalah mengidentifikasi strategi perusahaan secara keseluruhan. Hampir setiap perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya banyak menggunakan analisis SWOT. Kecenderungan ini tampaknya akan terus semakin meningkat,

yang mana satu dengan yang lain saling berhubungan dan saling tergantung. Penggunaan Analisis SWOT ini sebenarnya telah muncul sejak lama mulai dari bentuknya yang paling sederhana, yaitu dalam rangka menyusun strategi untuk mengalahkan musuh dalam pertempuran. Konsep dasar pendekatan SWOT ini tampaknya sederhana sekali sebagaimana dikemukakan oleh Sun Tzu bahwa apabila kita telah mengenali kekuatan dan kelemahan lawan, sudah dapat dipastikan kita dapat memenagkan pertempuran. Dalam perkembangannya saat ini analisis SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkam banyak dipakai dalam penyusunan perencanaan bisnis (Strategic Business Planning) yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing.

Pentingnya analisis SWOT dalam menjalankan suatu usaha juga dijelaskan dalam QS. Al-Hasyr:18, yang artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan." (QS.Al-Hasyr:18). Menurut Chauruddin (2005:157) ayat tersebut di atas menjelaskan, bahwa suatu usaha perlu

melakukan adaptasi dalam perencanaan. Setiap kegiatan perencanaan harus memperhatikan situasi dan kondisi yang terkait dengan masa lalu, masa kini, dan masa depan atau yang akan datang. Hal ini bias dipahami karena prinsip keterkaitan satu sama lain dari ketiga masa atau waktu itu.

Berdasarkan tafsir ayat tersebut di atas, apabila dikaitkan dengan analisis SWOT maka dapat dipahami bahwa suatu usaha bisnis yang dilakukan harus selalu difikirkan (direncanakan) agar tidak rugi dan sebaliknya bisa bermanfaat.

C. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu melihat faktor-faktor analisis SWOT. Yaitu, faktor eksternal dan internal suatu perusahaan. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing faktor tersebut:

1. Faktor Eksternal

Menurut Fahmi (2010:270) Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan P). Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro*

environment), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

2. Faktor Internal

Menurut Fahmi (2010:270) Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, system informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

Faktor eksternal dan internal dalam perspektif SWOT memiliki penilaian terhadap kondisi suatu perusahaan, adapun penilaian tersebut diukur berdasarkan beberapa keadaan. Keadaan tersebut peneliti gambarkan sebagai berikut:

a. Faktor Eksternal
Opportunities > *Threats* Kondisi Perusahaan Yang Baik *Opportunitie*s < *Threats* Kondisi Perusahaan Yang Tidak Baik
b. Faktor Internal
Strengths > *Weaknesses* Kondisi Perusahaan Yang Baik *Strengths* < *Weaknesses* Kondisi Perusahaan Yang Tidak Baik

Gambar 2. 2 Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal terhadap Kondisi Perusahaan
Sumber: Fahmi (2010)

Menurut Fahmi (2010:270) berdasarkan pada gambar di atas maka ada 2 (dua) kesimpulan yang bisa diambil dan layak diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu:

1. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *opportunities* (peluang) lebih besar dibandingkan *threats* (ancaman), dan begitu pula sebaliknya.
2. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *strengths* (kekuatan) lebih besar dibandingkan *weaknesses* (kelemahan) dan begitu pula sebaliknya.

D. Hal-hal yang Perlu Diperhatikan dalam Analisis SWOT

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul

dalam perusahaan dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

a. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan yang juga dapat diandalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya. Menurut Pearce Robinson (1997:231), kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Menurut Pearce Robinson (1997:231) Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan.

Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

c. Peluang (*opportunity*)

Menurut Pearce Robinson (1997:230) Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan tekhnologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Treats*)

Menurut Pearce Robinson (1997:231) Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting,

perubahan tekhnologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, keampuhan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan factor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu analisis strategis dan acuan logis dalam pembahasan sistematik tentang situasi perusahaan dan alternatif-alternatif pokok yang mungkin dipertimbangkan perusahaan.

E. Model Analisis SWOT

Dalam rangka menciptakan suatu analisis SWOT yang baik dan tepat maka perlu kiranya dibuat suatu model analisis SWOT yang representative. Penafsiran representatve disini adalah bagaimana suatu kasus yang akan dikaji dilihat berdasarkan ruang lingkup dari aktivitas kegiatannya, atau dengan kata lain

kita melakukan penyesuaian analisis berdasarkan kondisi yang ada dengan menggunakan pendekatan matrik SWOT:

1. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan suatu teknik analisis yang dikembangkan untuk membantu para perencana strategi dalam proses pembuatan strategi. Teknik ini menggambarkan SWOT menjadi suatu matriks dan kemudian diidentifikasikan semua aspek dalam SWOT.29 Berikut adalah tabel format dalam menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matrik SWOT:

IFAS / EFAS	STRENGHTS (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2. 3 Matriks SWOT
Sumber: Rangkuti (1997:32)

Matrik SWOT ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti:

a. Strategi SO (*Strengths and Opportunities*)

   Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (*Strengths and Threats*)

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

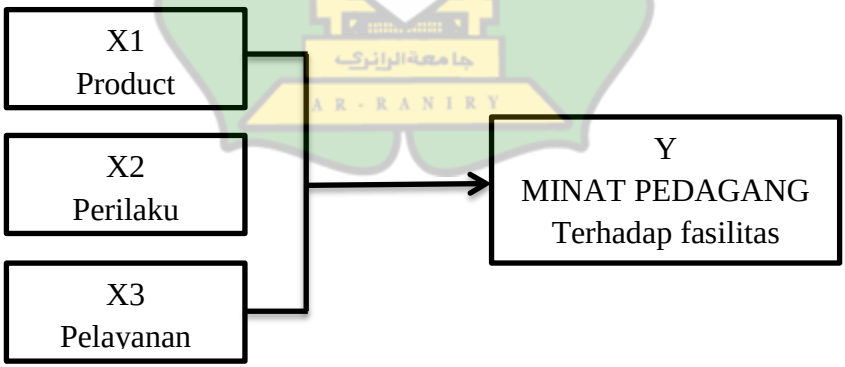
c. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT *(Weaknesses and Threats*)

Menurut Fahmi (2010:274) Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.2 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 4 Kerangka Berpikir

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif kualitatif, Karena bertujuan untuk menggambarkan keadaan atas fenomena dilapangan. Arikunto (2007: 3) menyatakan penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau memaparkan sesuatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain. Sugiyono (2007: 14) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, yang digunakan untuk meneliti suatu objek yang alamiah yang menjadikan peneliti sebagai instrumen kunci. Pada teknik penelitian ini peneliti menggunakan pengumpulan data melalui tiga cara yaitu dengan pengamatan (observasi), wawancara (interview), kuesioner, dan dokumentasi.

Penelitian ini berusaha menggambarkan atau mengetahui tingkat kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman PT LKMS Mahirah Muamalah. Penelitian ini memberikan suatu rumusan perencanaan strategi pemasaran baru untuk PT LKMS Mahirah Muamalah yang nantinya dapat diterapkan oleh pengelola perusahaan.

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi *social situation* atau situasi social yaitu kesinambungan antara tempat *(place*), pelaku *(actors),* dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Pada situasi social peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas orang-orang yang ada pada tempat tertentu (Sugiyono, 2008: 49). Objek penelitian ini adalah semua pelaku kegiatan dan aktifitas pada PT LKMS Mahirah Muamalah.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif juga bukan disebut sampel statistik, tetapi sampel teoritis karena

tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori (Moleong, 2005: 298). Sampel penelitian merupakan sumber data yang dimintai informasinya sesuai dengan masalah penelitian.

Adapun yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh (Arikunto, 2002: 107). Dalam mendapat data yang tepat dan valid maka diperlukan informan yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data (*purposive*). Margono (2004: 128) menyatakan pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pedagang yang menjadi Nasabah pada PT. LKMS Mahirah Muamalah dan Sampel yang diambil adalah 100 orang pedagang yang merupakan nasabah pembiayaan di PT LKMS Mahirah Muamalah.

3.3. Instrumen Penelitian

Sugiyono (2008: 146) berpendapat bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen merupakan pengumpul data dalam penelitian. Tujuan dari penggunaan instrumen adalah untuk memudahkan peneliti dalam mengambil dan mengolah data. Instrumen penelitian menurut Arikunto

(2002: 149) merupakan alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis, sehingga dapat mudah diolah. Instrumen penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri dengan dibantu instrumen lain yaitu pedoman wawancara, observasi.

Peneliti sebagai instrumen utama karena hanya peneliti yang dapat bertindak sebagai alat ada dan responsif terhadap realitas karena bersifat kompleks. Moleong (2007: 168) kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sekaligus merupakan perencana, pelaksana, pengumpulan data, analisis, penafsir data, pada akhirnya menjadi pelapor hasil penelitiannya. Instrument penelitian terdiri dari pernyataan internal dan eksternal melalui analisis SWOT pada PT LKMS Mahirah Muamalah yang digali melalui nasabah.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Dalam penelitian ini digunakan sejumlah variable yang terbagi menjadi dua, yaitu variable independen (variable bebas) dan variable dependen (variable terikat). Definisi operasional masing-masing variable adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	**Indikator**	**Pernyataan**
	Tingkat pengetahuan produk	1. Saya menyadari kategoriproduk pembiayaan LKMS Mahirah Muamalah sangat banyak.
		2. Saya mengetahui syaratdan ketentuan pembiayaan di LKMS Mahirah Muamalah.
	Kemapuan untuk memahami produk	3. Saya mencoba diskusikan pembiayaan dengan cara datang langsung ke LKMS Mahirah Muamalah.
		4. Saya melakukan pembiayaan karena merasakan manfaatnya.

Product Knowledge	Informasi yang tersimpan dalam memori mengenai produk	5. Saya memerlukan produk dari LKMS Mahirah Muamalah berupajasa.
		6. Per LKMS memiliki produk unggulan yangberbeda
	Kemampuan membedakan dengan produk dari produsen lain	7. Saya mendiskusikan produk pembiayaan dengan orang terdekat.
		8. Saya selalu memperhatikan kelemahan dan kelebihan suatu produk
	Penambahan penglaman setelah membeli dan menggunkan suatu produk.	9. Saya sudah sering melakukan pembiayaan 10. Saya menyarankan melakukan pembiayaan karena manfaatnya.

Variabel	Indikator	Pernyataan
Perilaku Konsumen	Pengenalan Masalah	1. Modal dagang menjadi kendala.
		2. Modal awal sangat membantu seseorang dalam memulai bisnisusaha.
	Pencarian Informasi	3. Melakukan diskusi dengan karyawan LKMS Mahirah Muamalah.
		4. Saya mengumpulkan data-data berupa brosur pembiayaan.
		5. Saya lebih puas datang langsung ke LKMS Mahirah Muamalah dan bertanya-tanya.
	Penilaian Alternative	6. Saya sangat selektif dalam

		memilih suatubarang atau jasa.
		7. Pembiayaan diperbankan merupakan cara yang cepat dalam memperoleh modal.
	Keputusan Pembelian	8. Saya sudah merasakan manfaat dari produk pembiayaan.
		9. Saya membutuh kan produk pembiayaa n.
	Tangible (berwujud)	1. Fasilitas penunjang yangdimiliki LKMS Mahirah Muamalah cukup lengkap. 2. Petugas selalu berpenampi lan rapih. 3. Kebersihan dan bank selalu

		terjaga.

Variabel	Indikator	Pernyataan
Pelayanan	Reliabelity (kehandalan)	4. Petugas LKMS Mahirah Muamalah memberikan pelayanan yang sama dan adil pada tiap nasabah.
		5. Petugas LKMS Mahirah Muamalah bersedia membantu ketika nasabah mengalami kendala.
	Responsiviness (ketanggapan)	6. Petugas LKMS Mahirah Muamalah

		memperoses dengan cepat atas transaksi yangnasabah lakukan.
		7. Ketika ada kesalah dan kekeliruan yang terjadi petugas akan menindaklanjuti dengan segera.
	Assurance (jaminan)	8. Dalam proses transaksi yang sedang dilakukan dengan nasabah, petugasselalu berkomitmen dengan saya.
		9. Nasabah percaya bahwa petugas LKMS Mahirah Muamalah mempunyai komitmen dalam bidang keuangan.

		10. Petugas selalu memberikan informasi terbaru tentang produkdan pelayanan kepada nasabah. 11. Petugas selalu melayani nasabah dengan sopan dan ramah.
	Emphaty (Empati)	12. Nasabah merasa nyamandan aman dalam bertransaksi di LKMS Mahirah Muamalah.
		13. Petugas memahami akan kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Variabel	**Indikator**	**Pernyataan**

Minat	Perasaan Senang	1. Bagi saya melakukan pembiayaan rasa aman.
		2. Saya melakukan pembiayaan tanpa adanya paksaan.
	Ketertarikan	3. Saya mengharapkan syarat pembiayaan tidakberbelit-belit.
		4. Melakukan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan menambah modal usaha.
		5. Tertarik melakukan pembiayaan karenaadanya saran dari seseorang.

	Perhatian	6. Saya mengumpulkan informasi pembiayaan berupa brosur atau majalah.
		7. Saya memperhatikan penjelasan dari karyawan LKMS Mahirah Muamalah.
	Keterlibatan	8. Adanya karyawan LKMS Mahirah Muamalah yang mempromosikan secara langsung.
		9. Saya sering melakukan diskusi tentang pembiayaan.

Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penelitian Kekuatan

No.	Strenght (Kekuatan)	
	Variabel	**Pernyataan**
1.	Pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah	Produk pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah sesuai dengan prinsip syariah
2.	Memiliki sistem yang adil dan menentramkan	PT. LKMS Mahirah Muamalah memiliki sistem yang adil dan menentramkan
3.	Telah diatur/dilindungi undang undang	PT. LKMS Mahirah Muamalah telah dilindungi undang undang
4.	Tingkat pendidikan dan ketrampilan pengurus maupun karyawan yang cukup tinggi dan profesional dalam melaksanakan tugas yang diberikan	Karyawan PT. LKMS Mahirah Muamalah professional dalam menlaksanakan tugas
5	Lokasi LKMS yang mudah dijangkau oleh nasabah	Lokasi PT. LKMS Mahirah Muamalah mudah dijangkau oleh nasabah
6	Produk pelayanan yang diberikan sangat membantu dan dibutuhkan anggota/nasabah	Produk pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah membantu dan dibutuhkan oleh pedagang
7	Merupakan Badan Usaha milik daerah	PT. LKMS Mahirah Muamalah milik pemerintah

	(Pemerintah Kota Banda Aceh)	Kota Banda Aceh
8	Berkerja sama dengan seluruh pemerintah gampong di wilayah Kota Banda Aceh	PT. LKMS Mahirah Muamalah bekerjasama dengan seluruh gampong dan pemerintah Kota Banda Aceh
9	Memiliki beberapa jenis produk pembiayaan	Produk pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah terdiri dari beberapa macam
10	Menjadi Lembaga resmi yang menyalurkan beberapa program pemerintah	PT. LKMS Mahirah Muamalah merupakan lembaga resmi yang menyalurkan program pemerintah
11	Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan	PT. LKMS Mahirah Muamalah diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan
12	Syarat-syarat pembiayaan yang mudah	Syarat-syarat pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah mudah dipenuhi
13	Teknologi komputer dengan sistem online yang telah diterapkan mempermudah proses pembiayaan	Teknologi komputer dan system online memudahkan proses pembiayaan

Tabel 3. 3 Variabel dan Indikator Penelitian Weakness

No	**Weakness (Kelemahan)**	
	Variabel	**Pernyataan**
1	Jaringan kantor hanya satu	Proses pembiayaan di PT. LKMS Mahirah Muamalah sulit karena kantor hanya satu

2	Keloyalan nasabah	Nasabah (pedagang) tidak loyal dalam kerjasama dengan PT. LKMS Mahirah Muamalah
3	Minimnya dana pemasaran dan promosi	PT. LKMS Mahirah Muamalah kurang mempromosikan produk-produk pembiayaannya
4	Masih adanya biaya administrasi yang dilimpahkan ke nasabah	Terdapat biaya administrasi yang harus dibayar nasabah (pedagang)
5	Modal yang dimiliki tidak besar	Modal PT. LKMS Mahirah Muamalah tidak besar
6	Kurangnya regulasi terkait lembaga keuangan mikro di Indonesia	Regulasi terkait Lembaga Keuangan Mikro masih kurang di Indonesia
7	LKMS Mahirah Muamalah yang baru berdiri 3 tahun	PT. LKMS Mahirah Muamalah baru berdiri 3 tahun sehingga belum optimal
8	Biaya pengadaan dan pengembangan sistem online yang tinggi	Biaya sistem online PT. LKMS Mahirah Muamalah yang tinggi

Tabel 3. 4 Variabel dan Indikator Penelitian Opportunity

No	**Peluang**	
	Variabel	**Pernyataan**
1	Meluaskan target pasar	PT. LKMS Mahirah Muamalah perlu memperluas dan memperbanyak target nasabah (pedagang)

2	Menambah aktivitas usaha	PT. LKMS Mahirah Muamalah perlu menambah aktivitas usaha
3	Tersedianya modal/dana pinjaman dari instansi pemerintah maupun swasta	PT. LKMS Mahirah Muamalah mendapatkan modal dari pemerintah maupun swasta
4	LKMS menganut sistem bagi hasil maka tahan terhadap krisis global	PT. LKMS Mahirah Muamalah tahan terhadap krisis karena menganut system bagi hasil
5	Peraturan pemerintah daerah yang mendukung LKMS	Peraturan pemerintah daerah mendukung proses kerja PT. LKMS Mahirah Muamalah
6	Sebagian besar pedagang sangat menguntungkan LKMS	Nasabah (pedagang) menguntungkan PT. LKMS Mahirah Muamalah
7	Kurangnya lembaga resmi yang masuk dan fokus ke pasar usaha mikro masyarakat	Lembaga resmi lain tidak fokus ke usaha mikro masyarakat
8	Dukungan dari pemerintah kota banda aceh dan seluruh pemerintah gampong di wilyah kota Banda Aceh	PT. LKMS Mahirah Muamalah didukung oleh seluruh pemerintah gampong di wilyah kota Banda Aceh

Tabel 3. 5 Variabel dan Indikator Penelitian Tantangan

No	Tantangan (*Treats*)	
	Variabel	**Pernyataan**
	Meningkatkan kemurnian sistem sesuai syariat Islam	PT. LKMS Mahirah Muamalah perlu meningkatkan cara kerja sesuai syariat Islam
	Minimnya Pemahaman Pedagang terhadap system pembiayaan	Nasabah (pedagang) kurang memahami system pembiayaan
	Masih adanya persepsi masyrakat yang menganggap lembaga konvensional dengan lembaga syariah adalah sama	Nasabah (pedagang) menganggap lembaga konvensional dengan lembaga syariah adalah sama
	Maraknya pinjaman online di tengah masyarakat	Banyaknya pinjaman online di tengah masyarakat
	Kondisi pandemi yang diakibatkan oleh Covid 19	Kondisi pandemi yang diakibatkan oleh Covid 19 membuat penjualan nasabah (pedagang) menurun
	Kurangnya minat masyarakat untuk berdagang	Masyarakat kurang berminat untuk berdagang

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data, data primer dan data sekunder. Menurut Husein (1997:99) data primer merupkan data yang didapat dari sumber pertama baik

dari individu ataupun perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data sekunder merupakan data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk diproses lebih lanjut. Data ini di dapatkan dari sumber yang menerbitkan dan bersifat siap pakai serta mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan meskipun dapat di olah lebih lanjut. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku- buku pedoman, majalah, artikel, wawancara dan sumber tulisan lainnya yang berkenaan dengan topik masalah penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah teknik Wawancara. Esterberg (2002:96) mendefinisikan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara yang digunakan oleh peneliti merupakan wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara ini dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2008:413). Peneliti mewawancarai langsung responden penelitian yaitu Pedagang yang menjadi

Nasabah pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah dan pegawai PT. LKMS Mahirah Muamalah.

3.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca, dipahami dan di interpretasikan. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan sebuah kasus yang terjadi dalam perusahaan usaha jasa. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada konsep Milles & Huberman (2007: 20) yaitu interactive model yang mengklasifikasikan analisis data dalam tiga langkah, yaitu:

1. Reduksi data (*Data Reduction*), yaitu suatu proses pemilahan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

2. Penyajian data (*Display Data*), data ini tersusun sedemikian rupa sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Adapun bentuk yang lazim digunakan pada data kualitatif terdahulu adalah dalam bentuk teks naratif.

3. Penarikan kesimpulan (Verifikasi), dalam penelitian ini akan diungkap mengenai makna dari data yang dikumpulkan. Dari data tersebut akan diperoleh kesimpulan

yang tentatif, kabur, kaku dan meragukan, sehingga kesimpulan tersebut perlu diverifikasi. Verifikasi dilakukan dengan melihat kembali reduksi data maupun display data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang.

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif dengan menghubungkan factor-faktor minat menggunakan Analisis SWOT, *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (Peluang) dan *Treath* (tantangan) untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat PT. LKMS Mahirah Muamalah

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro terbentuk dengan adanya peran pemerintah yang ikut serta di dalamnya dengan tujuan dapat membantu perekonomian masyarakat yang sebelumnya terbatasi dengan UU Perbankan. Pemerintah Kota Banda Aceh melalui walikota dan DPRK membentuk Qanun Kota Banda Aceh Nomor 6 Tahun 2017 Tentang Pembentukan Perseroan Terbatas Lembaga Keuangan Mikro Syariah Mahirah Muamalah yang disahkan tepat tanggal 11 Desember 2017 guna mencapai tujuan tersebut.

PT. LKMS Mahirah Muamalah merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah milik Pemerintah Kota Banda Aceh yang berdiri pada tanggal 15 Desember 2017 dengan Akta Notaris Nomor 13, dibawah pengawasan oleh OJK dan BI sehingga system dan teknologinya sudah mumpuni untuk tingkat koperasi dengan grade sederhana dibandingkan dengan yang lainnya. PT LKMS Mahirah Muamalah resmi beroperasi di bidang pelayanan jasa dan permodalan pada 2 Mei 2018, dengan harapan lembaga ini dapat menjawab tantangan dan kebutuhan

masyarakat di wilayah kota Banda Aceh yang memiliki usaha di wilayah Kota Banda Aceh dengan prinsip-prinsip syariah.

PT. LKMS Mahirah Muamalah merupakan satu-satunya LKMS milik pemerintah di Indonesia yang berbentuk PT (Perseroan Terbatas) dengan system syariah. Berdiri sebagai lembaga bisnis dan juga sebagai lembaga social yang ikut andil dalam membantu mewujudkan program pemerintah untuk menuntaskan kemiskinan, mengurangi pengangguran, dan memberantas rentenir di Kota Banda Aceh. Terbentuknya PT. LKMS Mahirah Muamalah merupakan wujud nyata ujung tombak keberhasilan program tersebut dengan focus utama yaitu pada masyarakat mikro menengah ke bawah yang berpendapatan rendah.

Wali Kota Banda Aceh yang juga Pemegang Saham Pengendali (PSP) PT. LKMS Mahirah Muamalah mengapresiasi pencapaian kinerja Mahirah Muamalah di tahun pertama berdirinya, yakni dalam buku keuangan 2018 sampai 2019. Salah satu pencapaiannya yaitu sebagai lembaga keuangan milik pemerintah dengan penilaian sehat dari Auditor Independen Kantor Akuntan Publik Muhammad Danial dan mendapat opini laporan hasil audit Wajar Tanpa Pengecualian sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Syariah yang berlaku di Indonesia.

Tercatat dengan realisasi pencapaian kinerja pada periode Desember 2019, Mahirah Muamalah berhasil menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito sebesar Rp. 23 Miliar yaitu meningkat sebesar 434,84 persen dibandingkan dengan realisasi periode 2018 yakni sebesar Rp. 4,4 Miliar. Pembiayaan yang disalurkan Desember 2019 meningkat 424 persen yaitu sebesar Rp. 10,048 Miliar, dari periode 2018 hanya Rp. 1,91 Miliar. Perkembangan jumlah asset juga tidak ketinggalan, hingga Desember 2019 mencapai Rp. 26,6 Miliar atau meningkat sebesar 324 persen disbanding periode 2018 yang hanya sebesar 6,2 Miliar. Pencapaian luar biasa kembali diperoleh pada November 2020 yaitu mampu meraub laba bersih senilai Rp. 1,1 Miliar meskipun kondisi keuangan yang sulit karena dampak pandemic Covid-19. Selain laba positif, PT.

LKMS Mahirah Muamalah memiliki jumlah asset mencapai Rp. 38 Miliar dengan jumlah 6.041 nasabah yang dimiliki dengan jumlah debitur pembiayaan 1.314 orang dengan nilai Rp. 17,5 Miliar.

4.1.2 Visi dan Misi

1. Visi

   Menjadikan Lembaga Keuangan Mikro dan Kecil yang mensejahterakan rakyat, bermanfaat, dan memberi solusi atas permasalahan rakyat kecil.

2. Misi

   1. Mewujudkan Lembaga Mikro Syariah yang dikelola secara syariah
   2. Mewujudkan LKMS Mahirah Muamalah sebagai laboratorium keuangan Islam
   3. Menjadikan lembaga keuangan mikro syariah yang mandiri dan tidak ketergantungan
   4. Memberi solusi bisnis dengan halal dan baik
   5. Menciptakan system ekonomi yang bebas riba dan menentramkan umat
   6. Menjadikan lembaga keuangan mikro syariah yang mengedepankan ekonomi rahmatan lil alamin.

4.1.3 Struktur Organisasi PT. LKMS Mahirah Muamalah

Lembaga Keuangan Mikro Syariah memiliki struktur susunan kepengurusan dalam menjalakan perannya sebagai lembaga pelayanan jasa dan pemodalan. Adapun susunan pengurus dan pengawas pada PT. LKMS Mahirah Muamalah adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Susunan Pengurus dan Pengawas pada PT. LKMS Mahirah Muamalah

Komisaris	: Bahagia Muhammad Daud
DPS	: Ahmad Nizam Umar Rafsanjani
Direksi	: T. Hanansyah Mufied Alkamal
Pimpinan Cabang	: TBO
Supervisor BO	: Nurmukmena
Supervisor Bisnis	: Cut Nadia Zellatifani
Personalia dan Umum	: TBO
Teller	: Azizah Maulida Atha Hirah
Costumer Service	: Meidina Emelia
Pembukuan	: Alif Dhaifullah

Marketing/Collector	: Lisna Fajri Nurhasanah
ADM Pembiayaan	: Rahmad Wahyudinata
Acount Officer	: Dian Rizkanita Naulza Purnama Sari Riska Aulia
Remedial	: Kantor Pihak Ketiga

Sumber: Dokumentasi Direksi Tanggal 15 September 2020

4.1.4 Syarat dan Prosedur Pengajuan Pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah

Syarat mengajukan pembiayaan di PT. LKMS Mahirah Muamalah tergantung dengan jenis produk pembiayaaan yang dipilih. Jenis tersebut terdiri dari pembiayaan murabahah, program pembiayaan khusus yaitu pengembangan Usaha Ekonomi Masyarakat (PUEM), pembiayaan lapak SUPERMI, dan jenis pembiayaan yang terakhir yaitu Program Dana Bergulir Gampong.

Adapun syarat dan ketentuan untuk produk pembiayaan murabahah, antara lain:

1.Umur maksimal 59 tahun

2. Fotocopy KTP suami dan istri (diutamakan Banda Aceh)

3.Memiliki usaha di Banda Aceh

4.Fotocopy kartu keluarga (KK) dan buku nikah (jika sudah menikah)

5.Fotocopy KTP saksi 2 orang laki-laki (saudara bukan serumah)

6.Surat izin usaha mikro dan kecil dari keuchik atau camat

7.Jaminan kendaraan bermotor minimal tahun pembuatan 2010

8.Usaha berjalan 6 bulan terakhir

9.Laporan arus kas sederhana (pemasukan dan pengeluaran)

Selanjutnya pembiayaan untuk program khusu yaitu Pengembangan Ekonomi Masyarakat (PUEM) adapun persyaratan dan proses pembiayaan sebagai berikut:

1. Mengisi formulir pembiayaan
2. Batas usia maksimal 55 tahun
3. Melengkapi berkas
4. Fotocopy E-KTP suami dan istri (KTP Banda Aceh) dan buku nikah
5. Fotocopy Kartu Keluarga (KK) dan surat agunan.
6. Survey tempat usaha dan tempat tinggal
7. Realisasi pembiayaan

Pembiayaan khusus yang kedua yaitu pembiayaan lapak SUPERMI (super mikro), yaitu program pembiayaan

khusus untuk pelaku usaha mikro kecil yang memiliki usaha/ lapak di pasar tradisional, dengan syarat dan ketentuan yang dimiliki yaitu:

1. Mengisi formulir persyaratan
2. Melengkapi berkas:
   - Batas usia maksimal 55 tahun
   - Fotocopy E-KTP suami dan istri (KTP Banda Aceh) dan buku nikah
   - Fotocopy kartu keluarga (KK)
   - Surat keterangan usaha dari keuchik/pengelola pasar
3. Survey tempat usaha dan tempat tinggal
4. Realisasi pembiayaan

Adapun pembiayaan yang terakhir yaitu Program Dana Bergulir Gampong, persyaratan dan proses pembiayaannya sebagai berikut:

1. Mengisi formulir pembiayaan
2.Batas usia maksimal 55 tahun
3.Melengkapi berkas:
   - Fotocopy E-KTP suami dan istri (KTP Banda Aceh) dan buku nikah
   - Fotocopy kartu keluarga (KK)
   - Surat keterangan usaha dari keuchik

- Fotocopy KTP saksi 2 orang laki-laki (saudara bukan serumah)
- Fotocopy jaminan (waktu pencairan menyerahkan yang asli)

4.Survei tempat usaha dan tempat tinggal

5.Realisasi pembiayaan

Selain syarat-syarat yang telah disebutkan, terdapat syarat khusu untuk mengajukan pembiayaan di PT. LKMS Mahirah Muamalah yaitu usaha telah berdiri selama 6 bulan.

4.2 Faktor Faktor Minat Pedagang

Hasil analisis data menggunakanan alisis faktor menunjukkan terdapat dua faktor yang mendukung minat pedagang mengajukan pembiayaan ke PT. LKMS Mahirah Muamalah. Adapun faktor pertama merupakan faktor paling dominan atau paling mempengaruhi pedagang Kota Banda Aceh dalam mengajukan pembiayaan ke PT. LKMS Mahirah Muamalah.

Faktor pertama dinamakan faktor sosial yaitu aktivitas yang dilakukan oleh individu yang dipengaruhi oleh lingkungan luar untuk mencapai sasarannya. Pemilihan lokasi yang strategis untuk suatu lembaga akan lebih unggul daripada lokasi yang kurang strategis. Lokasi PT. LKMS Mahirah Muamalah

berperan penting dalam meningkatkan minat responden untuk mengajukan pembiayaan. Jarak antara pasar ke PT. LKMS Mahirah Muamalah memang tidak terlalu dekat yaitu perjalanan selama 30 menit, namun PT. LKMS Mahirah Muamalah melakukan metode jemput bola ke pasar-pasar sehingga pedagang yang didatangi menjadi lebih tertarik mengajukan pembiayaan.

Lingkungan sosial merupakan wadah masyarakat dan memiliki hubungan dengan kehidupan sehari-hari. Interaksi yang teradi antara responden dengan lingkungan sekitar akan menghasilkan informasi yang dapat membantu responden. Informasi-informasi tersebut dapat mempengaruhi minat responden dalam mengajukan pembiayaan ke PT. LKMS Mahirah Muamalah. Faktor lingkungan sosial mempengaruhi karena ada sebagian pedagang yang sudah mengajukan pembiayaan ke PT. LKMS Mahirah Muamalah dan mayoritas pedagang puas dengan pelayanan yang diberikan PT. LKMS Mahirah Muamalah terutama saat menagi iuran yang dilakukan dengan nyaman. informasi yang didapat dari pedagang tersebut mempengaruhi pedagang yang lain untuk mengajukan pembiayaan ke PT. LKMS Mahirah Muamalah.

Lingkungan masyarakat di daerah Kota Banda Aceh kadang meminjam uang kepada rentenir atau ke lembaga yang berbasis konvensional karena minimnya pemahaman mengenai

lembaga keuangan berbasis syariah, sehigga hal tersebut berpengaruh terhadap minat responden dalam mengajukan kredit ke PT. LKMS Mahirah Muamalah. Namun saat ini sudah dibuat suatu aturan larangan meminjam uang kepada rentenir atau pinjaman online sehingga diharapkan minat masyarakat untuk mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah meningkat.

Faktor-faktor kedua dinamakan faktor "*produk influance*" karena berkaitan dengan usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahan untuk meningkatkan *awareness* nasabah terhadap suatu produk dengan menumbuhkan loyalitas tinggi dan membangun sebuah ingatan para nasabah sehingga terciptanya persepsi yang baik tentang pembiayaan di PT. LKMS Mahirah Muamalah. Persepsi setiap individu berbeda-beda seperti responden yang memiliki persepsi berbeda-beda mengenai pembiayaan di PT. LKMS Mahirah Muamalah. Dari hasil wawancara sebagian responden kurang memahami mengenai PT. LKMS Mahirah Muamalah dan mekanisme pembiayaan di PT. LKMS Mahirah Muamalah. Sebagian responden lain menilai produk pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah sangat baik; mudah, cepat dan murah prosesnya.

Promosi adalah kegiatan memberitahukan keunggulan produk yang dimiliki perusahaan dan promosi sangatlah penting agar tujuan perusahaan tercapai. Artinya promosi penting

dilakukan untuk menarik minat responden dalam mengajukan pembiayaan dan memudahkan responden untuk mengetahui produk di PT. LKMS Mahirah Muamalah. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti mendatangi langsung dan melalui media elektronik yang mudah dilihat banyak orang. Dari hasil wawancara menunjukan bahwa promosi yang dilakukan PT. LKMS Mahirah Muamalah belum terlalu *intens* sehingga hanya sebagian responden yang berminat mengajukan pembiayaan ke LKMS.

4.3 Faktor-Faktor Eksternal PT. LKMS Mahirah Muamalah

Analisis lingkungan eksternal terdiri dari ancaman dan peluang PT. LKMS Mahirah Muamalah. Peneliti menemukan delapan poin dalam setiap faktor. Berikut merupakan faktor-faktor peluang dan ancaman yang dimiliki PT. LKMS Mahirah Muamalah.

4.3.1 Peluang (*Opportunity*)

Lingkungan eksternal perusahaan harus diketahui agar hal-hal yang mendukung strategi pemasaran dapat diterapkan. Peluang merupakan salah satu aspek yang mencakup lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan atau memajukan perusahaan. Adapun peluang yang dimiliki PT. LKMS Mahirah Muamalah adalah:

1. Meluaskan target pasar
2. Menambah aktivitas usaha
3. Tersedianya modal/dana pinjaman dari instansi pemerintah maupun swasta
4. LKMS menganut sistem bagi hasil maka tahan terhadap krisis global
5. Peraturan pemerintah daerah yang mendukung LKMS
6. Sebagian besar masyarakat dan pedagang sangat menguntungkan LKMS
7. Kurangnya lembaga resmi yang masuk dan fokus ke pasar usaha mikro masyarakat
8. Dukungan dari pemerintah kota banda aceh dan seluruh pemerintah gampong di wilyah kota Banda Aceh

4.3.2 Ancaman (*Treath*)

Hal yang tidak kalah penting untuk diperhatikan adalah dari lingkungan eksternal perusahaan yaitu ancaman yang dihadapi PT. LKMS Mahirah Muamalah. Ancaman tersebut dapat berasal dari apa saja termasuk kegiatan yang dijalankan perusahaan pesaing. Ancaman yang dihadapi oleh PT. LKMS Mahirah Muamalah adalah:

1. Meningkatkan kemurnian sistem sesuai syariat Islam

2. Minimnya Pemahaman Pedagang terhadap system pembiayaan
3. Masih adanya persepsi masyrakat yang menganggap lembaga konvensional dengan lembaga syariah adalah sama
4. Maraknya pinjaman online di tengah masyarakat
5. Kondisi pandemi yang diakibatkan oleh Covid 19
6. Kurangnya minat masyarakat untuk berdagang

Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh PT. LKMS Mahirah Muamalah yang didapatkan dari wawancara dengan responden dapat dilihat lebih jelas pada tabel 4.1 berikut. Hasil wawancara responden dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 4. 2 Aspek dan Poin-Poin Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dimiliki
PT. LKMS Mahirah Muamalah

Aspek	Poin Poin Yang Ditemukan
Kekuatan	1. Murah marginnya 2. Proses pembiayaan cepat 3. Mudah persyaratannya 4. Waktu pembayarannya yang menguntungkan 5. Dimiliki oleh Pemko Banda Aceh 6. Produk Pembiayaannya bervariasi 7. Tim pendamping yang ramah-ramah

	8. Bisa diwakilkan 9. Pelayanan yang baik 10. Pembiayaan lebih cepat cair 11. Neraca bagus dan pembiayaan stabil 12. Diawasi OJK 13. Aset yang baik 14. Pelayanan langsung ke lapak dan langsung di proses setelah survey 15. Menggunakan konsep syariah
Kelemahan	1. Kurang sosialisasi dan promosi 2. Waktu pelayanan yang kurang 3. Tidak ada ATM 4. Kekurangan SDM 5. Tim pendamping kekurangan waktu mengambil iuran 6. Kantor hanya dua 7. Modal sedikit
Peluang	1. Ada ATM di pasar 2. Sosialisasi ke pasar-pasar dan ke desa-desa 3. Kebijakan pemerintah 4. Dukungan dari instansi-instansi terkait yg bermitra

	5. Pembiayaan tanpa anggunan. 6. Respon yang baik dari nasabah 7. Kepercayaan masyarakat 8. Dukungan pemerintah pusat dan daerah 9. Motivasi masyarakat untuk berdagang 10. Tersebarnya pedagang di berbagai tempat 11. Produk yang simpel 12. Tinggi peminat dari kalangan UMKM
Ancaman	1. Terdapat beberapa pesaing yang lebih dikenal 2. Pesaing yang mulai berbenah dan berinovasi 3. Teknologi yang semakin maju 4. Nasabah pindah alamat 5. Modal yang dimiliki pesaing lebih besar 6. Pesaing memiliki ATM 7. Pesaing memiliki banyak kantor cabang 8. Terdapat rentenir 9. Pedagang kurang memahami sistem pembiayaan syariah

Dari hasil penjabaran aspek aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berkaitan dengan minat pedagang mengambil

pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah di atas, Peneliti merumuskan beberapa strategi yang dapat diambil. Strategi tersebut dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4. 3 Matriks SWOT Minat Pedagang Mengambil Pembiayaan pada
PT. LKMS Mahirah Muamalah

IFAS / EFAS	Kekuatan (Strength):	Kelemahan (weakness):
	1. Proses pembiayaan cepat, mudah dan murah 2. Dimiliki oleh Pemko Banda Aceh 3. Produk pembiayaannya bervariasi 4. Bisa diwakilkan 5. Pelayanan yang baik kepada pedagang 6. Pembiayaan lebih cepat cair 7. Neraca bagus dan pembiayaan stabil 8. Diawasi OJK 9. Aset yang baik 10. Pelayanan langsung ke lapak dan langsung di proses setelah	1. Kurang promosi produk pembiayaan 2. Waktu pelayanan yang kurang 3. Tidak ada ATM 4. Kekurangan SDM 5. Tim pendamping kekurangan waktu mengambil iuran 6. Kantor hanya dua 7. Modal sedikit

	survey 11. Menggunakan konsep syariah	
Peluang (Oppurtunity): 1. Menghadirkan ATM di pasar 2. Banyaknya pasar dan desa 3. Kebijakan pemerintah 4. Dukungan dari instansi-instansi terkait yg bermitra 5. Pembiayaan tanpa anggunan. 6. Respon yang baik dari nasabah 7. Kepercayaan masyarakat 8. Dukungan pemerintah pusat dan daerah 9. Motivasi masyarakat untuk	Strategi SO: 1. Mengajak berbagai instansi untuk bekerja sama mempromosikan produk pembiayaan PT. LKMS Mahira Muamalah melalui Pemko Banda Aceh 2. Meningkatkan kekuatan implementasi Kebijakan Pemerintah 3. Mengusahakan kehadiran ATM dengan bantuan Pemko Banda Aceh, instansi dan OJK. 4. Mengajak masyarakat mulai berdagang dengan	Strategi WO: 1. Melakukan promosi PT. LKMS Mahirah Muamalah dan pembiayaan ke seluruh pasar dan desa 2. Merekrut SDM untuk memaksimalkan pelayanan dari segi waktu 3. Menghadirkan ATM di pasar-pasar untuk memudahkan pedagang 4. Menambah jumlah kantor dengan dukungan dari pemerintah dan instansi 5. Mengusahak

berdagang 10. Tersebarnya pedagang di berbagai tempat 11. Produk yang simpel 12. Tinggi peminat dari kalangan UMKM 13. SDM yang memahami keuangan syariah lebih banyak	berbagai produk pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah lewat proses *dor to dor* 5. Menciptakan produk pembiayaan baru tanpa anggunan.	an penambahan modal dengan kerjasama antara pemerintah, pihak swasta dan instansi
Ancaman (Treath): 1. Terdapat beberapa pesaing yang lebih dikenal 2. Pesaing yang mulai berbenah dan berinovasi 3. Teknologi yang semakin maju 4. Nasabah	Strategi ST: 1. Melakukan promosi agar masyarakat lebih mengenal PT. LKMS Mahira Muamalah dan produk-produknya 2. Meningkatkan inovasi dalam melayani dan menciptakan produk	Strategi WT: 1. Aktif melakukan sosialisasi dan promosi di tengah-tengah masyarakat 2. Melakukan inovasi dalam sistem kerja 3. Merekrut SDM yang berkualitas guna memaksimal

pindah alamat 5. Modal yang dimiliki pesaing lebih besar 6. Pesaing memiliki ATM 7. Pesaing memiliki banyak kantor cabang 8. Terdapat rentenir dan pinjaman online 9. Pedagang kurang memahami sistem pembiayaan syariah	pembiayaan 3. Menyesuaikan sistem kerja dengan perkembangan teknologi 4. Mendapatkan modal yang lebih banyak dengan bekerjasama antara instansi dan pemerintah 5. Menghadirkan mesin ATM dan lebih banyak kantor 6. Mengenalkan sistem pembiayaan syariah kepada masyarakat dan bahayanya rentenir atau pinjaman online	kan pelayanan 4. Meningkatkan jumlah modal 5. Mengusahakan kehadiran ATM di pasar 6. Memberi pemahaman kepada masyarakat mengenai konsep pembiayaan syariah

Berdasarkan analisis diatas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)
   Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh PT. LKMS Mahirah Muamalah, yaitu:
   1) Mengajak berbagai instansi untuk bekerja sama mempromosikan produk pembiayaan PT. LKMS Mahira Muamalah melalui Pemko Banda Aceh
   2) Meningkatkan kekuatan implementasi Kebijakan Pemerintah
   3) Mengusahakan kehadiran ATM dengan bantuan Pemko Banda Aceh, instansi dan OJK.
   4) Mengajak masyarakat mulai berdagang dengan berbagai produk pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah lewat proses *dor to dor*
   5) Menciptakan produk pembiayaan baru tanpa anggunan.

2. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini dibuat untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST yang ditempuh oleh PT. LKMS Mahirah Muamalah, yaitu:

1) Melakukan promosi agar masyarakat lebih mengenal PT. LKMS Mahira Muamalah dan produk-produknya
2) Meningkatkan inovasi dalam melayani dan menciptakan produk pembiayaan
3) Menyesuaikan sistem kerja dengan perkembangan teknologi
4) Mendapatkan modal yang lebih banyak dengan bekerjasama antara instansi dan pemerintah
5) Menghadirkan mesin ATM dan lebih banyak kantor
6) Mengenalkan sistem pembiayaan syariah kepada masyarakat dan bahayanya rentenir atau pinjaman online

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang ditempuh oleh PT. LKMS Mahirah Muamalah, yaitu:

1) Melakukan promosi PT. LKMS Mahirah Muamalah dan pembiayaan ke seluruh pasar dan desa
2) Merekrut SDM untuk memaksimalkan pelayanan dari segi waktu
3) Menghadirkan ATM di pasar-pasar untuk memudahkan pedagang
4) Menambah jumlah kantor dengan dukungan dari pemerintah dan instansi
5) Mengusahakan penambahan modal dengan kerjasama antara pemerintah, pihak swasta dan instansi

4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

   Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang ditempuh oleh PT. LKMS Mahirah Muamalah, yaitu:

   1) Aktif melakukan sosialisasi dan promosi di tengah-tengah masyarakat
   2) Melakukan inovasi dalam sistem kerja
   3) Merekrut SDM yang berkualitas guna memaksimalkan pelayanan
   4) Meningkatkan jumlah modal
   5) Mengusahakan kehadiran ATM di pasar

6) Memberi pemahaman kepada masyarakat mengenai konsep pembiayaan syariah

Dari penjabaran berbagai strategi di atas dapat diuraikan beberapa strategi utama untuk meningkatkan minat pedagang dalam mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah. Strategi pertama adalah melakukan sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan harus berfokus pada konsep pembiayaan syariah, bahaya rentenir dan pinjaman online. Hal ini untuk menghadirkan pemahaman masyarakat mengenai keistimewaan lembaga keuangan mikro yang sesuai syariat.

Strategi kedua untuk meningkatkan minat pedagang dalam mengambil pembiayaan adalah melakukan promosi. Promosi yang dilakukan harus berfokus untuk mengenalkan masyarakat pada PT. LKMS Mahirah Muamalah dan berbagai macam produk pembiayaan yang ditawarkan. Dilihat dari hasil wawancara responden yang mengungkapkan bahwa produk pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah sudah cukup baik maka yang perlu dilakukan hanyalah menyampaikan informasi tersebut pada pedagang agar banyak pedagang dapat merasakan manfaatnya.

Strategi ketiga adalah meningkatkan jumlah SDM PT. LKMS Mahirah Muamalah. Dari hasil wawancara responden diketahui bahwa pegawai PT. LKMS Mahirah Muamalah

kekurangan waktu untuk mengambil setoran pada pedagang. Kehadiran tambahan pegawai dapat memaksimalkan proses kerja. Jika tidak memungkinkan untuk menambah jumlah pegawai maka sistem kerja dengan teknologi yang lebih canggih dapat dipilih. Teknologi dapat membantu proses penyetoran dan masalah kekurangan pegawai dapat teratasi.

Dengan mengaplikasikan berbagai strategi di atas diharapkan pedagang yang mengajukan pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah dapat meningkat. Peningkatan ini sejalan dengan visi misi PT. LKMS Mahirah Muamalah untuk membantu lebih banyak pedagang memulai usahanya dengan memberikan pembiayaan untuk memulai usaha. Dengan demikian, masyarakat lebih termotivasi untuk memulai usaha dan diharapkan hasil akhirnya adalah tingkat ekonomi warga Kota Banda Aceh meningkat.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari Penelitian di atas dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1) Kekuatan yang dimiliki PT. LKMS Mahirah Muamalah berkaitan dengan minat pedagang untuk pengambilan pinjaman adalah produk pembiayaan yang mudah, murah dan cepat dan kelemahannya adalah kurangnya sosialisasi dan promosi pada pedagang.
2) Peluang yang dimiliki PT. LKMS Mahirah Muamalah berkaitan dengan minat pedagang untuk pengambilan pinjaman adalah banyaknya masyarakat yang ingin memulai usaha dan ancamannya adalah pesaing yang memiliki modal lebih banyak dan lebih dikenal.
3) Strategi SO dan ST yang dapat diterapkan oleh PT. LKMS Mahirah Muamalah untuk meningkatkan jumlah pedagang yang mengambil pembiayaan adalah melakukan sosialisasi dan promosi mengenai produk pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah serta

melakukan inovasi dari sisi produk maupun sistem kerja.

4) Strategi WO dan WT yang dapat diterapkan oleh PT. LKMS Mahirah Muamalah untuk meningkatkan jumlah pedagang yang mengambil pembiayaan adalah merekrut SDM untuk memaksimalkan pelayanan serta meningkatkan jumlah modal.

5.1 Saran

Beberapa saran yang dapat penulis ajukan sesuai dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut.

1) Bagi PT. LKMS Mahirah Muamalah, diharapkan agar dapat meningkatkan operasional lembaga, khususnya dalam hal pembiayaan terhadap masyarakat. PT. LKMS Mahirah Muamalah dapat menerapkan berbagai strategi guna meningkat jumlah pengajuan pembiayaan oleh pedagang.
2) Bagi masyarakat Kota Banda Aceh, agar memanfaatkan dengan baik kehadiran PT. LKMS Mahirah Muamalah di tengah tengah masyarakat. Masyarakat semestinya termotivasi untuk memulai usaha dengan adanya program pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah ini.
3) Bagi akademisi, diharapkan dapat melakukan berbagai penelitian lanjutan untuk membantu PT. LKMS Mahirah

Muamalah memperbaiki sistem kerjanya sehingga dapat lebih mempermudah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin Zainul, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Azkia Publisher, 2009

Adam, Muhammad, *Manajemen Bank Syariah.* Yogyakarta: Ekonisa, 2013

Ahmad Ihzan. *Referensi Ekonomi Syari'ah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006

Amalia, E., & Paramita, M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Pembiayaan Pada LKMS Dan LKM. *JURNAL SYARIKAH: JURNAL EKONOMI ISLAM*, *6*(1), 35-46.

Arikunto, S. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007

Aulia R., dkk. *Operasionalisasi Lembaga Keuangan Baru dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro*. *Jurnal JIHBIZ (Global Journal of Islamic Banking and Finance)*, 2021

Buku Panduan Otoritas Jasa Keuangan tentang Lembaga Keuangan Mikro. Jakarta, 2017

Choiruddin, SP Hadhiri. *Klasifikasi Kandungan Al-Qur'an Jilid 1*, Jakarta: Gema Insani Press,2005

Fahmi, Irham. *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*. Bandung: Alvabeta, 2010

Hasra, Andi Nurul Risa (2022) Efektivitas Program Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Mahirah Muamalah Dalam Pengembangan UMKM Di Kota Banda Aceh Provinsi Aceh. Diploma thesis, Institut Pemerintahan Dalam Negeri.

Ika Yunia Fauzia. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015

Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004

Milles, B dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru.* Jakarta: UIP, 2007

Moleong, L. J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2007

Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008

Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997

Siregar, M. *Analisis minat pedagang terhadap pembiayaan mudharabah pada perbankan syariah (studi kasus Pedagang Pasar Gunung Tua)*. Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan, 2022

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis.* Bandung: Alphabeta, 2007

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008

Swardono. *Manajemen Strategic Konsep Dan Kasus,* Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002

جامعة الرانري
AR-RANIRY

LAMPIRAN A. Hasil Wawancara Responden

Identitas Responden 1

Nama: Jamal
Profesi: pedagang
Umur: 45 tahun
Alamat: Gampong Mulia

***Strength* (Kekuatan)**

1. Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Banyak peminatnya dari kalangan umkm

2. Apa alasan pedagang mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Karena selain murah margin nya juga cepat proses dan dan mudah persyaratan nya

3. Sebutkan 3 fakta mengapa pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah disukai pelanggan?

Jawaban:

Mudah dan mudah -cepat proses nya dan pelayanannya bagus

4. Sebutkan kelebihan pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah dibandingkan pesaing?

Jawaban:

Mudah dan cepat dan margin nya bervariasi dan murah

5. Menurut pedagang, apa kelebihan/keunikan produk pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah yang menarik mereka?

Jawaban:

Proses cepat, bayar nya perbulan jadi pedagang bisa putarin uang lagi untuk jualan

***Weakness* (Kelemahan)**

1. Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

tidak ada

2. Apa alasan pedagang tidak mengambil pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Karna belum mengetahui tentangMahirah muamalah

3. Masalah apa yang sering dikeluhkan pedagang?

Jawaban:

Tidak ada

4. Seandainya PT. LKMS Mahirah Muamalah kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya

Jawaban:

Tidak ada

5. Kelemahan apa yang belum PT. LKMS Mahirah Muamalah perbaiki?

Jawaban:

Tidak ada

***Opportunity* (Peluang)**

1. Apa yang paling diinginkan pelanggan (pedagang)?

Jawaban:

Ada Atm di pasar pasar

2. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pengajuan pembiayaan oleh pedagang?

Jawaban:

Sosialisasi ke pasar pasar dan ke desa desa

3. Apa yang membuat PT. LKMS Mahirah Muamalah berada dikondisi yang baik hingga Saat ini dan memiliki prospek pada masa mendatang?

Jawaban:

Neraca nya bagus dan pembiayaan stabil

4. Sebutkan hal hal eksternal yang mendukung perusahaan sehingga lebih banyak pedagang mengajukan pembiayaan?

Jawaban:

Kebijakan pemerintah, dan banyak dukungan dari instansi-instansi terkait yangg bermitra

***Threat* (Ancaman)**

1. Hal apa yang mengancam minat pedagang mengajukan pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Tidak ada

2. Apa alasan PT. LKMS Mahirah Muamalah kalah dari pesaing?

Jawaban:

Tidak ada

3. Masalah eksternal apa yang terjadi berulang kali pada saat pedagang ingin melakukan pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Tidak ada

Identitas Responden 2

Nama: M. Rahman
Profesi: pedagang
Umur: 39 tahun
Alamat: Cadek

***Strength* (Kekuatan)**

1. Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Milik Pemko Banda Aceh
2. Apa alasan pedagang mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   proses cepat dan mudah
3. Sebutkan 3 fakta mengapa pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah disukai pelanggan?
   Jawaban:
   Diawasi OJK
4. Sebutkan kelebihan pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah dibandingkan pesaing?
   Jawaban:
   Produk Pembiayaannya banyak dan prosesnya mudah dan cepat
5. Menurut pedagang, apa kelebihan/keunikan produk pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah yang menarik mereka?
   Jawaban:
   Mereka suka dengan tim pendamping, saat di tagih angsurannya tidak dengan cara marah-marah.

***Weakness* (Kelemahan)**

1. Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki PT. LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   tidak ada
2. apa alasan pedagang tidak mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Karna belum mengetahui tentangMahirah Muamalah
3. Masalah apa yang sering dikeluhkan pedagang?
   Jawaban:
   Tim pemdamping tidak sempat melakukan pengutipan angsuran secara tepat waktu, disebab kan banyaknya pedangan yang ingin menyetorkan angsurannya.
4. Seandainya PT. LKMS Mahirah Muamalah kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya
   Jawaban:
   Kurangnya pelayanan
5. Kelemahan apa yang belum PT. LKMS Mahirah Muamalah perbaiki?
   Jawaban:
   Pengutipan angsuran di pasar-pasar

***Opportunity* (Peluang)**

1. Apa yang paling diinginkan pelanggan (pedagang)?
   Jawaban:
   pembiayaan tanpa anggunan.
2. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pengajuan pembiayaan oleh pedagang?
   Jawaban:

pembiayaan tanpa anggunan akan meninggkat kan pengajuan pembiayaan.

3. Apa yang membuat PT. LKMS Mahirah Muamalah berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek pada masa mendatang?
   Jawaban:
   Respon yang baik dari nasabah.
4. Sebutkan hal hal eksternal yang mendukung perusahaan sehingga lebih banyak pedagang mengajukan pembiayaan?
   Jawaban:
   Jumlah pedagang meningkat.

***Threat* (Ancaman)**

1. Hal apa yang mengancam minat pedagang mengajukan pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Tidak ada
2. Apa alasan PT. LKMS Mahirah Muamalah kalah dari pesaing?
   Jawaban:
   Tidak ada
3. Masalah eksternal apa yang terjadi berulang kali pada saat pedagang ingin melakukan pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Tidak ada

Identitas Responden 3

Nama: Alief Dhaifullah
Profesi: Pegawai LKMSMahirah Muamalah
Umur: 29 tahun
Alamat: Lamreung

***Strength* (Kekuatan)**

1. Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   proses yang cepat, pelayanan yang ramah dan tetap berprinsip syariah
2. Apa alasan pedagang mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   syarat mudah, cepat, dan murah
3. Sebutkan 3 fakta mengapa pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah disukai pelanggan?
   Jawaban:
   syarat mudah, cepat, dan murah
4. Sebutkan kelebihan pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah dibandingkan pesaing?
   Jawaban:
   bisa di wakalahkan
5. Menurut pedagang, apa kelebihan/keunikan produk pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah yang menarik mereka?
   Jawaban:
   ada program supermi, promak dan propamen

***Weakness* (Kelemahan)**

1. Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

tidak ada

2. apa alasan pedagang tidak mengambil pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Karna belum mengetahui tentang Mahirah Muamalah

3. Masalah apa yang sering dikeluhkan pedagang?

Jawaban:

masalah atm

4. Seandainya PT. LKMS Mahirah Muamalah kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya

Jawaban:

penyebabnya kekurangan iklan dan promosi

5. Kelemahan apa yang belum PT. LKMS Mahirah Muamalah perbaiki?

Jawaban:

kekurangannya SDM

***Opportunity* (Peluang)**

1. Apa yang paling diinginkan pelanggan (pedagang)?

Jawaban:

proses cepat dan murah

2. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pengajuan pembiayaan oleh pedagang?

Jawaban:

pelayanan langsung ke lapak dan langsung di proses setelah survey

3. Apa yang membuat PT. LKMS Mahirah Muamalah berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek pada masa mendatang?

Jawaban:

Kepercayaan masyarakat

4. Sebutkan hal hal eksternal yang mendukung perusahaan sehingga lebih banyak pedagang mengajukan pembiayaan?

Jawaban:

kebijakan pemerintah dalam mengenjot umkm bangkit bersama mahirah

***Threat* (Ancaman)**

1. Hal apa yang mengancam minat pedagang mengajukan pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Pesaing yang mulai berbenah dan berinovasi

2. Apa alasan PT. LKMS Mahirah Muamalah kalah dari pesaing?

Jawaban:

Teknologi yang semakin maju

3. Masalah eksternal apa yang terjadi berulang kali pada saat pedagang ingin melakukan pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Agunan

Identitas Responden 4

Nama: M. Rahman
Profesi: pedagang
Umur: 42
Alamat: Syiah Kuala

***Strength* (Kekuatan)**

1. Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:
Milik Pemko Banda Aceh

2. Apa alasan pedagang mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:
proses cepat dan mudah

3. Sebutkan 3 fakta mengapa pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah disukai pelanggan?

Jawaban:
Marginnya murah, syaratnya mudah dan prosesnya cepat

4. Sebutkan kelebihan pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah dibandingkan pesaing?

Jawaban:
Produk Pembiayaannya banyak dan prosesnya mudah dan cepat

5. Menurut pedagang, apa kelebihan/keunikan produk pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah yang menarik mereka?

Jawaban:
Mereka suka dengan tim pendamping, saat di tagih angsurannya tidak dengan cara marah-marah.

***Weakness* (Kelemahan)**

1. Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Tidak ada

2. Apa alasan pedagang tidak mengambil pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Karena belum mengetahui tentang Mahirah muamalah

3. Masalah apa yang sering dikeluhkan pedagang?

Jawaban:

Tim pemdamping tidak sempat melakukan pengutipan angsuran secara tepat waktu, disebabkan banyaknya pedangan yang ingin menyetorkan angsurannya.

4. Seandainya PT. LKMS Mahirah Muamalah kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya

Jawaban:

Kurangnya pelayanan

5. Kelemahan apa yang belum PT. LKMS Mahirah Muamalah perbaiki?

Jawaban:

Pengutipan ansuran di pasar-pasar

***Opportunity* (Peluang)**

1. Apa yang paling diinginkan pelanggan (pedagang)?

Jawaban:

pembiayaan tanpa anggunan.

2. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pengajuan pembiayaan oleh pedagang?

Jawaban:

pembiayaan tanpa anggunan akan meninggkat kan pengajuan pembiayaan.

3. Apa yang membuat PT. LKMS Mahirah Muamalah berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek pada masa mendatang?

Jawaban:

Pelayanan dan respon yang baik terhadap semua nasabah.

4. Sebutkan hal hal eksternal yang mendukung perusahaan sehingga lebih banyak pedagang mengajukan pembiayaan?

Jawaban:

Diawasi OJK

***Threat* (Ancaman)**

1. Hal apa yang mengancam minat pedagang mengajukan pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Tidak ada

2. Apa alasan PT. LKMS Mahirah Muamalah kalah dari pesaing?

Jawaban:

Tidak ada

3. Masalah eksternal apa yang terjadi berulang kali pada saat pedagang ingin melakukan pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah?

Jawaban:

Tidak ada

Identitas Responden 5

Nama: Iskandar
Profesi: Pedagang
Umur: 28 tahun
Alamat: Lingke

***Strength* (Kekuatan)**

1. Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   lebih murah
2. Apa alasan pedagang mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   syarat mudah, cepat, dan murah
3. Sebutkan 3 fakta mengapa pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah disukai pelanggan?
   Jawaban:
   syarat mudah, cepat, dan murah
4. Sebutkan kelebihan pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah dibandingkan pesaing?
   Jawaban:
   Karena mudah cepat dan murah
5. Menurut pedagang, apa kelebihan/keunikan produk pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah yang menarik mereka?
   Jawaban:
   Karena mudah cepat dan murah

***Weakness* (Kelemahan)**

1. Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   tidak ada
2. apa alasan pedagang tidak mengambil pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Karena belum membutuhkan
3. Masalah apa yang sering dikeluhkan pedagang?
   Jawaban:
   Angunan
4. Seandainya PT. LKMS Mahirah Muamalah kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya
   Jawaban:
   penyebabnya kekurangan iklan dan promosi
5. Kelemahan apa yang belum PT. LKMS Mahirah Muamalah perbaiki?
   Jawaban:
   kekurangannya SDM

***Opportunity* (Peluang)**

1. Apa yang paling diinginkan pelanggan (pedagang)?
   Jawaban:
   proses cepat dan murah
2. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pengajuan pembiayaan oleh pedagang?
   Jawaban:
   pelayanan langsung ke lapak dan langsung di proses setelah survey
3. Apa yang membuat PT. LKMS Mahirah Muamalah berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek pada masa mendatang?

Jawaban:
Motivasi untuk berdagang tinggi

4. Sebutkan hal hal eksternal yang mendukung perusahaan sehingga lebih banyak pedagang mengajukan pembiayaan?
   Jawaban:
   Membuat acara dan sosialisasi ke gampong-gampong

***Threat* (Ancaman)**

1. Hal apa yang mengancam minat pedagang mengajukan pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   nasabah pindah alamat
2. Apa alasan PT. LKMS Mahirah Muamalah kalah dari pesaing?
   Jawaban:
   Karna pesaing memiliki modal lebih besar
3. Masalah eksternal apa yang terjadi berulang kali pada saat pedagang ingin melakukan pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Agunan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Identitas Responden 6

Nama: Muhammad Nashir
Profesi: pegawai PT. LKMSMahirah Muamalah
Umur: 31 tahun
Alamat: Gampong Ateuk

Strength (Kekuatan)

1. Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Pelayanan yang baik
2. Apa alasan pedagang mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   syarat mudah, cepat, dan murah
3. Sebutkan 3 fakta mengapa pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah disukai pelanggan?
   Jawaban:
   syarat mudah, cepat, dan murah
4. Sebutkan kelebihan pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah dibandingkan pesaing?
   Jawaban:
   Pembiayaan lebih cepat cair
5. Menurut pedagang, apa kelebihan/keunikan produk pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah yang menarik mereka?
   Jawaban:
   Karena mudah cepat dan murah

Weakness (Kelemahan)

1. Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   tidak ada
2. apa alasan pedagang tidak mengambil pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Karena belum membutuhkan
3. Masalah apa yang sering dikeluhkan pedagang?
   Jawaban:
   Angunan
4. Seandainya PT. LKMS Mahirah Muamalah kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya
   Jawaban:
   penyebabnya kekurangan iklan dan promosi
5. Kelemahan apa yang belum PT. LKMS Mahirah Muamalah perbaiki?
   Jawaban:
   kekurangannya SDM

Opportunity (Peluang)

1. Apa yang paling diinginkan pelanggan (pedagang)?
   Jawaban:
   proses cepat dan murah
2. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pengajuan pembiayaan oleh pedagang?
   Jawaban:
   pelayanan langsung ke lapak dan langsung di proses setelah survey
3. Apa yang membuat PT. LKMS Mahirah Muamalah berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek pada masa mendatang?

Jawaban:
Produk yang simple

4. Sebutkan hal hal eksternal yang mendukung perusahaan sehingga lebih banyak pedagang mengajukan pembiayaan?
   Jawaban:
   Tersebarnya pedagang di berbagai kawasan di kota Banda Aceh

Ancaman (threat)

1. Hal apa yang mengancam minat pedagang mengajukan pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   nasabah pindah alamat
2. Apa alasan PT. LKMS Mahirah Muamalah kalah dari pesaing?
   Jawaban:
   Karna pesaing memiliki modal lebih besar
3. Masalah eksternal apa yang terjadi berulang kali pada saat pedagang ingin melakukan pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Agunan

Identitas Responden 7

Nama: Cut Tari Ditya
Profesi: pegawai PT. LKMSMahirah Muamalah
Umur: 28 tahun
Alamat: Prada

***Strength* (Kekuatan)**

1. Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   proses cepat dan syarat mudah
2. Apa alasan pedagang mengambil pembiayaan pada PT. LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   margin murah
3. Sebutkan 3 fakta mengapa pembiayaan PT. LKMS Mahirah Muamalah disukai pelanggan?
   Jawaban:
   syarat mudah, cepat, dan murah
4. Sebutkan kelebihan pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah dibandingkan pesaing?
   Jawaban:
   Pembiayaan lebih cepat cair
5. Menurut pedagang, apa kelebihan/keunikan produk pembiayaan PT. PT. LKMS Mahirah Muamalah yang menarik mereka?
   Jawaban:
   Karena mudah cepat dan murah

***Weakness* (Kelemahan)**

1. Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   tidak ada
2. apa alasan pedagang tidak mengambil pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Karena belum membutuhkan
3. Masalah apa yang sering dikeluhkan pedagang?
   Jawaban:
   Angunan
4. Seandainya PT. LKMS Mahirah Muamalah kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya
   Jawaban:
   penyebabnya kekurangan iklan dan promosi
5. Kelemahan apa yang belum PT. LKMS Mahirah Muamalah perbaiki?
   Jawaban:
   kekurangannya SDM

***Opportunity* (Peluang)**

1. Apa yang paling diinginkan pelanggan (pedagang)?
   Jawaban:
   ATM
2. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pengajuan pembiayaan oleh pedagang?
   Jawaban:
   proses yang semakin sederhana
3. Apa yang membuat PT. LKMS Mahirah Muamalah berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek pada masa mendatang?
   Jawaban:

perusahaan dalam keadaan yang sehat

4. Sebutkan hal hal eksternal yang mendukung perusahaan sehingga lebih banyak pedagang mengajukan pembiayaan?
   Jawaban:
   Sosialisasi

***Threat* (Ancaman)**

1. Hal apa yang mengancam minat pedagang mengajukan pembiayaan pada LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   nasabah pindah alamat
2. Apa alasan PT. LKMS Mahirah Muamalah kalah dari pesaing?
   Jawaban:
   Karna pesaing memiliki modal lebih besar
3. Masalah eksternal apa yang terjadi berulang kali pada saat pedagang ingin melakukan pembiayaan pada PT LKMS Mahirah Muamalah?
   Jawaban:
   Agunan