

## STRATEGI PENERAPAN AKAD MUSYARAKAH PADA PRODUK PEMBIAYAAN DI KSPPS AIMS KC. DUKUPUNTANG

**Ika Rarawahyuni dan Indra Gunawan**

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Al-Ishlah Cirebon

Ika.rarawahyuni16@gmail.com

gunawanindra21@gmail.com

### ABSTRACT

*KSPPS AIMS KC. Dukuntang is an institution engaged in Islamic financial services. The purpose of this study is to increase member interest in Musyarakah contract financing products, to determine the application of Musyarakah contract financing products through SWOT analysis and to optimize the strategies implemented in increasing member interest. The method used is Mix Methods. This research was conducted by collecting data from interviews and questionnaires with a population of 9 samples, the data used in the form of primary and secondary data that can strengthen the results of the study, then processing the data obtained from the SWOT matrix method and the Internal-External matrix. From the results of the study, it was found that the constraints faced by Musyarakah contract financing products were the lack of understanding of the Musyarakah contract, complicated administrative processes, financial reports, business ethics and member loyalty. Then seen from internal and external factors that KSPPS AIMS KC. Dukuntang is in a very advantageous position because it has strengths and opportunities that can be utilized to the fullest. Furthermore, the position of the company KSPPS AIMS KC. Dukuntang is in quadrant I, meaning it can use aggressively by using factors from Strength-Opportunity (S-O) as its business development and implementation strategy.*

**Keywords:** *Musyarakah contract, Financing product, Strategy, SWOT.*

### ABSTRAK

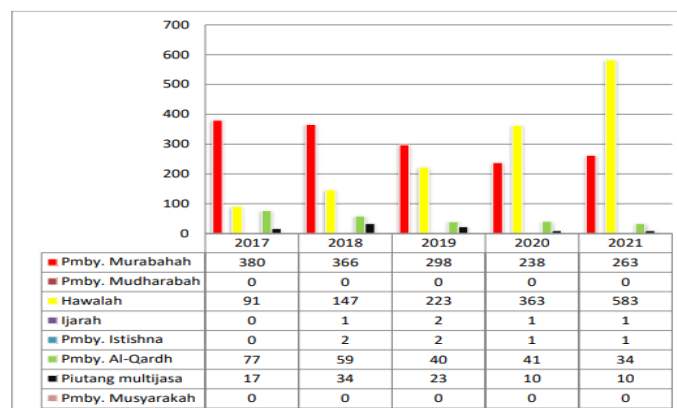
KSPPS AIMS KC. Dukupuntang merupakan sebuah lembaga yang bergerak dibidang jasa keuangan syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan minat anggota terhadap produk pembiayaan akad musyarakah, kemudian untuk mengetahui penerapan produk pembiayaan akad musyarakah melalui analisis SWOT dan untuk mengoptimalkan strategi yang diterapkan dalam meningkatkan minat anggota. Metode yang digunakan yaitu *Mix Methods*. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari wawancara dan kuisioner dengan populasi 9 sampel, data yang digunakan berupa data primer dan sekunder yang dapat memperkuat hasil penelitian, kemudian melakukan pengolahan data yang diperoleh dari metode matriks SWOT dan matriks Internal-Eksternal. Dari hasil penelitian didapatkan Kendala yang dihadapi produk pembiayaan akad musyarakah yaitu kurangnya pemahaman tentang akad musyarakah, proses administrasi yang rumit, laporan keuangan, etika bisnis dan loyalitas anggota. Kemudian dilihat dari factor internal dan eksternal bahwa KSPPS AIMS KC. Dukupuntang berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Selanjutnya posisi perusahaan KSPPS AIMS KC. Dukupuntang berada di kuadran I artinya dapat menggunakan agresif dengan cara menggunakan faktor dari Sterngh-Opportunity (S-O) sebagai strategi pengembangan dan penerapan bisnisnya.

**Kata Kunci:** Akad musyarakah, Produk pembiayaan, Strategi, SWOT

## 1. PENDAHULUAN

*Baitu Maal wa Tamwil* (BMT) yaitu lembaga keuangan simpan pinjam pembiayaan syariah yang berbadan hukum koperasi. *Baitu Maal wa Tamwil* (BMT) juga memiliki basis kegiatan ekonomi rakyat yaitu dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992, BMT memiliki hak istimewa untuk menggunakan hak yang sah dan bermanfaat. Berdasarkan UU tersebut *Baitu Maal wa Tamwil* (BMT) pada dasarnya sama dengan koperasi simpan pinjam konvensional, namun yang membedakannya yaitu kegiatan operasional yang menggunakan prinsip syariah yang berlandaskan pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Dewan Syariah Nasional (DSN), serta melihat kaidah halal dan haramnya. (Rusby, 2016) Salah satu lembaga keuangan syariah di Kabupaten Cirebon yakni KSPPS AIMS KC. Dukupuntang yang telah berdiri sejak 17 Oktober 1998 dan telah menerapkan beberapa produk pembiayaan syariah di dalamnya, seperti produk pembiayaan murabahah, pembiayaan mudharabah, pembiayaan musyarakah, hawalah, ijarah, pembiayaan istishna, pembiayaan al-qardh dan piutang multijasa.

Pembiayaan syariah telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya prinsip-prinsip syariah dalam bertransaksi keuangan. Produk-produk pembiayaan keuangan syariah yang diterapkan di KSPPSAIMS KC. Dukupuntang, tidak semuanya dapat diterima oleh masyarakat ataupun anggotanya. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Elis yanti selaku (*Branch Manager* KSPPS AIMS KC. Dukupuntang) “produk pembiayaan seperti produk pembiayaan akad Musyarakah kurang diminati yakni prosedur pada produk pembiayaan ini dianggap lebih rumit, memerlukan biaya operasional yang lebih serta tingginya resiko. Hal ini mengakibatkan kurang diminati oleh masyarakat umum ataupun anggotanya”. Dapat ditemukan pada gambar di bawah ini:



**Gambar 1. Produk Jasa Keuangan di KSPPS AIMS KC. Dukupuntang tahun 2017-2021**

Sumber data: KSPPS AIMS KC. Dukupuntang (data primer diolah)

Berdasarkan gambar grafik diatas menunjukkan bahwa dalam penerapannya produk pembiayaan musyarakah belum optimal di lembaga keuangan syariah. Seperti fenomena yang terjadi di KSPPS AIMS KC. Dukupuntang pembiayaan musyarakah kurang diminati karena prosesnya yang terlalu rumit. Dilihat dari data diatas dari tahun 2017-2021, produk pembiayaan musyarakah kurang diminati oleh masyarakat umum maupun anggota dengan persentase 0%. Masalah administrasi yang rumit serta memerlukan biaya operasional yang lebih, mengakibatkan produk pembiayaan musyarakah di KSPPS AIMS KC. Dukupuntang kurang diminati. Dengan itu KSPPS AIMS KC. Dukupuntang mengarahkan anggota/calon anggotanya ke pembiayaan murabahah (jual-beli) di banding pembiayaan musyarakah,

Karena akad murabahah lebih simpel dan dinilai lebih ekonomis serta tidak harus mengeluarkan biaya operasional yang tinggi. Padahal yang mempunyai dampak langsung kepada pertumbuhan ekonomi berupa tumbuhnya peluang usaha baru, kesempatan kerja baru, dan peningkatan pendapatan penduduk adalah pembiayaan dalam bentuk kerja sama, yaitu musyarakah. (Hoeve, 2002) Akad musyarakah, sebagai salah satu akad syariah yang fundamental, memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan dalam berbagai sektor ekonomi.

Akad musyarakah menawarkan beberapa keunggulan dibandingkan dengan pembiayaan konvensional, antara lain: pertama, Sesuai dengan prinsip syariah: Akad musyarakah terbebas dari riba, gharar, dan dharar, sehingga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Kedua, Memperkuat partisipasi usaha: Para pihak dalam akad musyarakah secara aktif berpartisipasi dalam pengelolaan usaha, sehingga meningkatkan akuntabilitas dan transparansi. Ketiga, Menyeimbangkan risiko dan keuntungan: Keuntungan dan kerugian usaha dibagi secara adil antara para pihak sesuai dengan nisbah modal yang disetorkan. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Shinta Amelia tentang Penerapan Pembiayaan Musyarakah pada BMT dana Barokah Muntilan, hasil penelitian ini menjelaskan bahwa BMT menyediakan beberapa produk simpanan dan produk pembiayaan. Dalam penerapan pembiayaan musyarakah pada BMT Dana Barokah Muntilan sudah sesuai dengan prinsip syariah Islam dan pembagian usaha dengan *profit sharing*, namun bank hanya sebagai pemberi modal tidak ikut serta dalam kegiatan usahanya.

Dan pada penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi penerapan akad musyarakah di KSPPS AIMS KC. Dukupuntang dilakukan dengan menganalisis faktor internal dan eksternal. Dan untuk mengoptimalkan strategi penerapan akad musyarakah di KSPPS AIMS KC. Dukupuntang menggunakan teknik analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan secara sistematis strategi dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan hal yang sangat penting pada pemerintah dan perusahaan. Dengan begitu dalam perencanaan strategi harus menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman terhadap lembaga atau perusahaan.

## 2. LANDASAN TEORI

### Akad Musyarakah

Musyarakah secara etimologi berasal dari kata bahas Arab yang diambil dari kata syaraka yang bermakna bersekutu, menyetujui, sedangkan menurut istilah, musyarakah adalah akad kerja sama antara kedua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha/bisnis tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko kerugian ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. (Antonio, 2001) Menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) musyarakah yaitu pembiayaan berdasarkan akad kerja sama antara kedua belah pihak atau lebih untuk menjalankan suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak menyumbang cadangan dengan ketentuan bahwa manfaat dan bahaya ikut serta sesuai dengan kesepakatan. (Djamil, 2013)

### Strategi Pengembangan Produk

Dalam melakukan pengembangan produk, perusahaan menghadapi berbagai kendala. Untuk mengelola hambatan ini, organisasi harus memiliki banyak prosedur dalam mengelola setiap perubahan bisnis yang mungkin terjadi. Menurut Philip Kotler ada dua macam sistem dalam pengembangan produk: (Kevin, 2007) pertama, Metodologi peningkatan kualitas Prosedur ini untuk mengerjakan eksekusi utilitarian. Kedua, Strategi peningkatan keistimewaan (feature improvement) strategi ini bertujuan untuk menambah bestseller atau menjadi ciri khas perusahaan, dengan meningkatkan keunggulan pada produk tersebut.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan mix methods dengan jenis dan sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuisioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur terkait. Lokasi penelitian dilaksanakan di KSPPS AIMS Dukupuntang. Narasumber pada penelitian ini dipilih dari pihak Internal management KSPPS AIMS dengan populasi 5 orang dan Exsternal atau anggota dengan populasi 4 orang berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Narasumber Internal dan karakteristiknya
  - a. Pengurus pusat KSPPS AIMS diantaranya DPS, AO, FO, CS dan Manager KSPPS AIMS.
  - b. Pihak management KSPPS AIMS KC. Dukupuntang
  - c. Minimal sudah 3 tahun bekerja di KSPPS AIMS
  - d. Memahami skema produk pembiayaan akad musyarakah
2. Narasumber Exsternal dan karakteristiknya
  - a. Anggota atau masyarakat
  - b. Anggota yang pernah atau punya pembiayaan
  - c. Anggota yang faham akad pembiayaan modal kerja

Teknik analisis data menggunakan metode analisis SWOT dengan melakukan wawancara dan membagikan kuisioner kepada responden yang dijadikan sampel. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki KSPPS AIMS KC. Dukupuntang yang di dapatkan hasil wawancara. Berikut dibawah ini matrik analisis SWOT.

**Tabel 3.1 Matriks SWOT**

|                                                                             | <b>Strenght (S)</b><br>Menentukan 1-10 Faktor-faktor kekuatan internal                           | <b>Weakness (W)</b><br>Menentukan 1-10 Faktor-faktor kelemahan internal                            |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Opportunities (O)</b><br>Menentukan 1-10 Faktor-faktor peluang eksternal | <b>Strategi S-O</b><br>Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | <b>Strategi W-O</b><br>Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| <b>Threats (T)</b><br>Menentukan 1-10 Faktor-faktor kekuatan Eksternal      | <b>Strategi S-T</b><br>Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menjadi ancaman      | <b>Strategi W-T</b><br>Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |

*Sumber:* (Rangkuti, 2001)

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari analisis matriks SWOT dengan jumlah sampel 9 orang, dimana internal 5 orang dan eksternal 4 orang. **Kekuatan** yang dimiliki KSPPS AIMS KC. Dukupuntang untuk produk pembiayaan akad musyarakah yaitu pertama, prinsip bagi hasil dimana untuk pembagian hasil ini disepakatiantara dua belah pihak di awal akad tergantung kesepakatan keduanya. kedua,

promosi/pemasaran yang dilakukan dengan cara menyebarkan brosur dan melalui media internet, ketiga adalah lokasi KSPPS AIMS KC. Dukupuntang memiliki lokasi yang strategis dimana masyarakat sekitar banyak menjadi pengusaha batu alam sehingga mempunyai potensi untuk melakukan pembiayaan musyarakah dan memiliki karyawan yang berpengalaman dibidangnya. Sedangkan **kelemahan** yang dimiliki KSPPS AIMS KC. Dukupuntang untuk produk pembiayaan akad musyarakah yaitu laporan keuangan yang belum sepenuhnya difahami oleh masyarakat sehingga memiliki resiko tinggi untuk lembaga, kemudian plafon pembiayaan yang kurang maksimal, kurangnya etika dalam bisnis (kepercayaan antara kedua belah pihak dan aspek hukum yang masih lemah dari lembaga).

Selanjutnya **Peluang** yang dimiliki dari eksternal yang pertama adalah modal karena kedua belah pihak sama-sama menyertakan modal dalam usahanya sehingga tidak terlalu keberatan dan akan menumbuhkan kepercayaan kedua belah pihak, *word of mouth* merupakan strategi bisnis yang dilakukan dengan cara sistem jangkar, kemudian sistem jempuit bola yang dilakukan lembaga menjadi peluang meningkatnya minat anggota. Sedangkan **ancaman** yang dimiliki KSPPS AIMS KC. Dukupuntang yaitu ketidakjujuran anggota dalam melaporkan laba/keuntungan yang diperoleh, kemudian kompetitor dari lembaga keuangan BUMN yang saat ini juga bergerak di sector mikro,

### Perhitungan Bobot dan Rating Faktor-Faktor Internal dan Eksternal

Dibawah ini merupakan matriks IFAS dan EFAS SWOT strategi penerapan akad musyarakah di KSPPS AIMS KC. Dukupuntang yang peneliti teliti:

**Tabel 4.1 Perhitungan Matriks IFAS**

| Faktor-Faktor Strategi Internal                                            | Bobot       | Rating | Skor        |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|-------------|
| <b>Kekuatan</b>                                                            |             |        |             |
| 1. Prinsip bagi hasil dari pendapatan sesuai kesepakatan bersama           | 0,13        | 2      | 0,26        |
| 2. Melakukan promosi produk pembiayaan akad musyarakah secara maksimal     | 0,1         | 2      | 0,2         |
| 3. Lokasi KSPPS AIMS KC. Dukupuntang strategis                             | 0,1         | 2      | 0,2         |
| 4. Memiliki karyawan yang berpotensi dan berpengalaman                     | 0,12        | 2      | 0,24        |
| 5. Prosedur pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah                  | 0,12        | 2      | 0,24        |
| <b>Total Kekuatan</b>                                                      | <b>0,57</b> |        | <b>1,12</b> |
| <b>Kelemahan</b>                                                           |             |        |             |
| 1. Laporan keuangan yang belum difahami anggota                            | 0,1         | 2      | 0,2         |
| 2. Plafon pembiayaan akad musyarakah kurang maksimal                       | 0,09        | 2      | 0,18        |
| 3. Kurangnya kepercayaan antara lembaga dan anggota dalam melakukan bisnis | 0,08        | 1      | 0,08        |
| 4. Aspek hukum pembiayaan musyarakah yang lemah                            | 0,06        | 1      | 0,06        |

| Faktor-Faktor Strategi Internal                   | Bobot       | Rating | Skor        |
|---------------------------------------------------|-------------|--------|-------------|
| 5. Resiko pembiayaan akad musyarakah lebih tinggi | 0,1         | 2      | 0,2         |
| <b>Total Kelemahan</b>                            | <b>0,43</b> |        | <b>0,72</b> |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>1</b>    |        | <b>1,84</b> |

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel 4 perhitungan diatas dapat dilihat nilai total skor dari matriks IFAS yaitu 1,84 nilai ini menunjukkan bahwa posisi internal lemah, karena kondisi internal perusahaan berada di bawah nilai rata-ratanya. Seperti laporan keuangan yang belum difahami, kemudian resiko untuk pembiayaan akad musyarakah lebih tinggi dan resiko kurang transparannya mitra dalam melaporkan hasil usahanya.

**Tabel 4.2 Perhitungan Matriks EFAS**

| Faktor-Faktor Strategi Eksternal                                            | Bobot       | Rating | Skor        |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|-------------|
| <b>Peluang (O)</b>                                                          |             |        |             |
| 1. Lembaga dan mitra berkontribusi modal dalam pembiayaan akad musyarakah   | 0,13        | 2      | 0,26        |
| 2. Pembiayaan akad musyarakah dibuat secara kelompok                        | 0,11        | 1      | 0,11        |
| 3. Target pasar akad musyarakah untuk pengusaha                             | 0,13        | 2      | 0,26        |
| 4. Pelayanan lembaga dengan sistem jemput bola                              | 0,15        | 2      | 0,3         |
| <b>Total Peluang</b>                                                        | <b>0,52</b> |        | <b>0,93</b> |
| <b>Ancaman (T)</b>                                                          |             |        |             |
| 1. Kesenjangan anggota/lembaga menjadi hal utama                            | 0,12        | 1      | 0,12        |
| 2. Pesaing bisnis lembaga keuangan konvensional                             | 0,12        | 1      | 0,12        |
| 3. Kondisi ekonomi yang mempengaruhi usaha                                  | 0,13        | 2      | 0,26        |
| 4. Kebijakan pemerintah dalam pembiayaan yang serupa dengan akad musyarakah | 0,11        | 1      | 0,11        |
| <b>Total Ancaman</b>                                                        | <b>0,48</b> |        | <b>0,61</b> |
| <b>TOTAL</b>                                                                | <b>1</b>    |        | <b>1,54</b> |

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel diatas perhitungan diatas dapat dilihat nilai total skor dari matriks EFAS yaitu 1,54 nilai ini menunjukkan bahwa posisi eksternal lemah, karena kondisi eksternal berada di bawah nilai rata-ratanya. Seperti kondisi perekonomian yang mempengaruhi usaha serta adanya pesaing hal ini menjadi ancaman.

### Kuadran SWOT

Dari hasil perhitungan pada faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT untuk mengetahui strategi yang paling tepat dilakukan dalam penerapan akad

musyarakah di KSPPS AIMS KC. Dukupuntang. Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif kedua sumbu tersebut dengan sumbu X didapat nilai dan nilai sumbu Y dengan nilai  $X = 0,40$  dan  $Y = 0,32$  Hasil kedua nilai tersebut sama-sama positif hal ini menandakan posisi lembaga KSPPS AIMS KC. Dukupuntang berada pada posisi kuadran I. Diagram SWOT pada KSPPS AIMS KC. Dukupuntang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

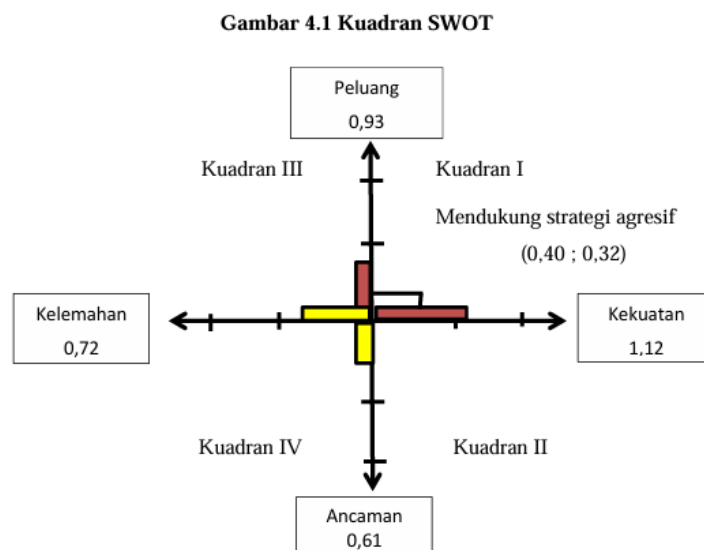


Diagram analisis SWOT berada di kuadra I merupakan suatu situasi yang sangat menguntungkan bagi KSPPS AIMS karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan strategi SO atau *Strenght Opportunity* untuk menerapkan produk pembiayaan akad musyarakah. Seperti yang pertama, skema bagi hasil yang diterapkan dan disepakati kedua belah pihak. Yang kedua, keduanya sama –sama menyertakan modal baik berupa uang ataupun barang sehingga ini akan meningkatkan dan menjaga usahanya dari resiko kerugian. Yang kertiga, Lokasi yang mudah diakses tentunya akan menjadi kenyamanan bagi anggota atau mitra. Selain itu letaknya dekat kawasan industri batu alam, sehingga mempunyai peluang bagus untuk menjalin kerja sama usaha. Yang keempat, menjaga hubungan baik dengan anggota atau mitra dengan sistem jemput bola. Kemudian didukung oleh strategi pertumbuhan agresif atau *Grwownh Oriented Strategy*.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dan perhitungan IFAS dan EFAS didapatkan hasil kondisi Internal dan Eksternal KSPPS AIMS KC. Dukupuntang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kendala yang dihadapi produk pembiayaan akad musyarakah yaitu kurangnya pemahaman tentang akad musyarah oleh anggota/mitra, proses administrasi yang rumit, pencatatan laporan keuangan, etikabisnis seperti saling percaya yang masih rendah dan loyalitas anggota. KSPPS AIMS KC. Dukupuntang berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluangyang dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Strategi yang dapat diterapkan pihak perusahaan harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Sehingga strategi yang sesuai adalah strategi **S-O** yaitu skema bagi hasil, keduanya sama –sama menyertakan modal baik berupa uang ataupun barang, Lokasi yang mudah diakses tentunya akan menjadi kenyamanan bagi anggota atau mitra, menjaga hubungan baik dengan anggota atau mitra dengan sistem jemput bola

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2020). Manajemen Strategis. CV. *Nas Media Pustaka*, 50.
- Andika, M. (2020). Penerapan Analisis SWOT Sebagai strategi Pengembangan Tour dan Travel. *Gema Insani*, 35.
- Antonio, M. S. (2001). Bank Syariah dari Teori ke Praktek. *Gema Insani*, 1.
- Antonio, M. S. (2010). Dari Teori ke Praktek. *Gema Insani*, 91.
- Az-Zabidi, I. (2008). Ringkasan Shahih Al-Bukhori. *Mizan Pustaka* cet ke-1, 454.
- Diana Yuanita, d. A. (2005). Bank Syariah; Gambaran Umum. Pusat Pendidikan dan Studi ke Bank Sentralan (PPSK), 1-2.
- Djamil, F. (2013). Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta: *Sinar Grafika*, 165.
- F.R, D. (2004). Manajemen Strategi Konsep . Indexs, 7.
- Fred, R. D. (2011). Manajemen Strategik. *Salemba Empat*, 17.
- Halim, I. (2021). Analisis Aspek Hukum Pada Studi Kelayakan Bisnis. *Alaludin*, 4.
- Hasan, N. I. (2014). Perbankan Syariah; Sebuah Pengantar. *GP Press Group*, 129.
- Hendriani, Y. (2018). Pengaruh Sektor BPR terhadap Perekonomian Regional wilayah Sulawesi. Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan RI, 2, 16.
- Herawati, H. (2019). Pentingnya Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan. *Akuntansi Unihaz*, 18.
- Hoeve, P. I. (2002). Ekonomi Masa Kesultanan. *Ensiklopedia Tematis Dunia Islam: Khilafah dalam Bagian Dunia Islam Bagian Timur*, 1.
- I.G.K, B. (2013). Lembaga keuangan Mikro di Indonesia. *Buletin Studi Ekonomi*, 18(2), 114-125.
- Ilyas, M. (2014). Konsep Bagi Hasil dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Muamalah*, IV, 534.
- Iska, S. (2012). Sistem Perbankan Syariah di Indonesia dalam Perspektif Fiqh Ekonomi. *Fajar Media Press*, 198.
- Istiqomah, I. A. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis. *Pustaka*, 372.
- Kasmir. (2008). Pemasaran Bank Edisi Revisi. *Kencana*, 30.
- Kevin, P. K. (2007). Manajemen Pemasaran. (B. Yoman, Ed.) *Prenhalindo*, 2, 320.
- Michael, P. (1987). From Competitive Advantage to Corvorate Strategy . *Harvard Bussines Review*, 290. 64
- Mukhlisin, A. (2018). Kajian Kritis Terhadap Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Bank Syariah di Indonesia. *Human Falah*, 244-246.
- Prawitasari. (2010). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing. Universitas DiPonegoro, 1.
- Putri, Y. R. (2018). Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Teknik Word Of Mouth Marketing pada Produk Simpanan dalam Meningkatkan Jumlah Anggota. *TA LENGKAP*, 26.
- Putri. (2016). Analisis Pengaruh Modal Sendiri, Modal Luar, Volume Usaha dan Tiingkat Perputaran Piutang Terhadap Sisa Hasil Usaha. *Perfomance*, 23, 50.
- Rangkuti. (2001). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. *Gramedia Pustaka Utama*, 68.
- Rangkuty, F. (2010). Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis, 19.
- Reinhad, N. (2008). Strategi Bisnis. *Pustaka*, 1.
- Rinawati, R. d. (2014). Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata. *Media Publishing*, 490.
- Rusby, Z. (2016). Analisa Permasalahan BMT melalui Pendekatan Analytical Network

- Process. *Al Hikmah*, 3, 19.
- Sa'diyah. (2013). Musyarakah dalam Fiqih dan Perbankan Syari'ah. *Equilibrium Sedarmayanti*, 1 No. 2, 304.
- Saeed, A. (2004). Menyoal Bank Syariah. *Paramadina*, 93.
- Sedamayanti. (2014). Manajemen Strategi. *PT: Refika Aditama*, 109.
- Simamora, H. (2000). Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II. Salemba Empat, 758.
- Simamora, H. (2000). Manajemen Pemasaran. Pustaka, 411.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D). *Bandung Alfabeta*, 1.
- Sugiyono. (2007). Statistic Untuk Penelitian. *Alfabeta*, 1.
- Suhendi, H. (2014). Fiqh Muamalah. *Rajawali Pers*, 127.
- Tejo, T. (2005). Manajemen Strategi. *Rekayasa Sains*, 118-119.
- Tirta, M. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Plafon Pembiayaan. *Metro*, 19-26.
- Trimulato. (2017). Analisis Potensi Produk Musyarakah Terdapat Pembiayaan Sektor Rill UMKM. *Sulawesi*, 46.
- Wafi, A. (2019). Analisis Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Pustaka*, 13. 65
- Wardhana. (2017). Analisis Kinerja Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah. *Manajemen*, 9, 1-7.
- Wignjosuebrotto. (1999). Etika Profesi. *Gramedia*, 23.