

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hampir setiap perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya banyak menggunakan analisis strategi untuk memajukan perusahaannya. Kecenderungan ini tampaknya akan terus semakin meningkat, terutama dalam era perdagangan bebas abad ke 21, yang mana satu sama lain saling berhubungan dan saling bergantung. Demikian juga dengan industri lembaga keuangan seperti BMT juga menggunakan analisis strategi seperti MDTI. Penggunaan analisis strategi ini sebenarnya telah muncul sejak ribuan tahun yang lalu dari bentuknya yang paling sederhana yaitu dalam rangka menyusun strategi untuk mengalahkan musuh dalam setiap pertempuran, sampai menyusun strategi untuk memenangkan persaingan bisnis, dengan konsep menang-menang atau *cooperation and competition*. Lembaga keuangan syariah dalam hal ini Baitul Maal Wattamwil (BMT) bernaung dibawah kementerian koperasi, baik Serba Usaha (KSU) maupun Simpan Pinjam (KSP). Sebagaimana yang termaktub dalam undang-undang koperasi Nomor 25 Tahun 1992 dalam pasal 1, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Keluarnya

Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah serta pembaharuan tentang Undang-Undang perkoperasian Republik Indonesia No 17 Tahun 2012 berdasarkan ketentuan yang disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi dan simpanan merupakan realisasi atas kepedulian pemerintah untuk berperan memberikan payung hukum atas kenyataan yang tumbuh subur dalam masyarakat ekonomi Indonesia terutama dalam lingkungan Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT akan terlihat pada definisi baitul maal sedangkan peran bisnis BMT akan terlihat pada definisi baitul tamwil. Sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dengan lembaga amil zakat (LAZ), sedangkan sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan yakni simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni penghimpunan dana dari anggota dan calon anggota (nasabah) dan menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan.

Analisis MDTI merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Maksudnya, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan dalam memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus

berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Jadi sebelum mengambil keputusan, seorang pebisnis harus melakukan analisis MDTI agar keputusan yang diambil tidak salah. Faktor kekuatan dan kelemahan yang sifatnya kritical berperan sangat penting dalam membatasi usaha pencaharian dalam berbagai alternatif dan pilihan strategi untuk digunakan. Oleh karena itu dengan menggunakan analisis MDTI kompetensi khusus yang dimiliki dan kelemahan yang menonjol dapat dinilai dan dikaitkan dengan berbagai faktor penentu keberhasilan suatu usaha.

Kekuatan merupakan kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Hal demikian dikarenakan satuan bisnis memiliki sumber, ketrampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Apabila dalam suatu lembaga itu memiliki keunggulan produk ataupun hal lain daripada para pesaing maka hal itu dapat menarik nasabah untuk melakukan pembiayaan kepada lembaga tersebut dan pendapatannya pun juga akan semakin meningkat.

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, ketrampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Kelemahan itu harus diminimalisir ataupun ditutupi dengan kekuatan yang dimiliki agar nasabah

tetap merasa nyaman, hal itu dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang memuaskan ataupun dengan memberikan diskon untuk menarik pelanggan.

Peluang merupakan berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi satu satuan bisnis. Peluang itu harus dimanfaatkan dengan sebaik mungkin, jangan sampai menyia-nyiakan peluang yang ada karena kesempatan itu tidak selalu ada. Dengan adanya peluang maka dapat mengembangkan ataupun memperluas usaha.

Ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi ancaman akan menjadi “ganjalan” bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa mendatang. Ancaman itu harus dihadapi, agar bisnis yang dijalankan tetap eksis dan dapat berkembang dipasaran. Ancaman biasanya terjadi karena pesaing dapat memberikan hal yang lebih, oleh karena itu kualitas atau mutu produk, jasa pelayanan tetap harus dijaga agar para nasabah tetap loyal.

Pengalaman banyak perusahaan menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat diterapkan paling sedikit tiga bentuk untuk membuat keputusan yang sifatnya strategik pula. Pendapatan pada BMT UMY dapat diperoleh dari simpanan atau tabungan, pembiayaan-pembiayaan, musyarakah berupa bagi hasil, margin, biaya administrasi, dan *fee* atau upah. Minat nasabah terhadap pembiayaan BMT UMY sangat pesat, hal itu dikarenakan BMT UMY mempunyai pangsa pasar yang sangat luas dan dapat dikatakan strategis

karena berada di lingkungan kampus UMY, prosedur pembiayaannya juga mudah. Pembiayaan BMT UMY ini dalam sistem angsurannya dapat dicicil tiap bulan, berbeda dengan murabahah. Hal itu dapat menarik nasabah sehingga dapat meningkatkan pendapatan BMT UMY. Pendapatan BMT UMY setiap tahun mengalami peningkatan hingga dapat mencapai kurang lebih Rp. 2 Milyar.

Dalam menentukan strategi BMT UMY harus mengetahui kelemahan, kekuatan, ancaman dan peluang yang mungkin terjadi. Inti dari strategi bersaing adalah menghubungkan antara perusahaan dengan dunia bisnis yang digelutinya. Arti dari lingkungan disini sangatlah luas. Karena itu lingkungan ini dispesifikasikan lagi dimana BMT UMY itu berada. Karena strategi bersaing suatu daerah berbeda dengan daerah lain.

Alternatif bersaing yang ada yaitu, strategi pertumbuhan, strategi penyehatan dan strategi divestasi. Untuk mengarah pada salah satu alternatif strategi bersaing maka pihak manajemen harus mengetahui hambatan dan tantangannya terhadap para pesaing, pasar dan konsumen. Hambatan ini dapat berupa kemajuan teknologi, investasi, tingkat keahlian dalam pemasaran dan lain-lain.

Sasaran keberadaan BMT UMY adalah masyarakat yang berdomosili di Yogyakarta dan sekitarnya, khususnya masyarakat muslim yang menginginkan transaksi keuangan berdasarkan Islam. Sebagaimana diketahui lembaga keuangan syariah memiliki falsafah mencari keridhaan Allah,

dengan cara menjauhkan diri dari unsur riba seperti larangan menetapkan dimuka secara pasti keberhasilan suatu usaha.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing BMT UMY. Konsep matrik daya tarik industri (MDTI) ini, ditujukan untuk memberi gambaran pangsa pasar yang dimiliki dengan menentukan dekomposisi yang ada pada perusahaan yang kemudian diteruskan dengan menjadikan unit usaha strategis maupun dengan produk milik perusahaan, hal ini dilakukan dengan syarat perusahaan hanya mempunyai lebih dari satu unit usaha atau memiliki beberapa cabang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Alat pengumpulan datanya secara primer dengan wawancara kepada manajernya, dan pegawai dan anggota BMT UMY.

Berdasarkan prihal yang tertulis diatas, penulis bermaksud meneliti tentang bagaimana strategi BMT UMY dalam hal merebut pangsa pasar dan mempertahankan dirinya dalam kancah perekonomian nasional umumnya dan perekonomian di Yogyakarta. Berdasarkan latar belakang ini maka penulis mengambil kesimpulan dengan memberikan judul pada penelitian ini "ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA BMT UMY DENGAN MENGGUNAKAN MATRIK DAYA TARIK INDUSTRI".

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang diatas, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi bersaing yang sebaiknya diterapkan oleh BMT UMY dengan menggunakan matrik daya tarik industri?

C. Tujuan Penelitian

Beranjak dari rumusan masalah yang telah penulis tuangkan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk menganalisis dan menentukan alternatif bersaing yang tepat untuk diterapkan BMT UMY dalam penjualan produknya.

D. Kegunaan Penelitian

Ada beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran dan bahan pertimbangan pengambilan keputusan bagi pihak BMT UMY, juga sebagai salah satu usaha perbaikan dan pengembangan BMT UMY kedepan yang memacu perkembangannya agar tetap bertahan dalam jangka panjang.

2. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis adalah secara akademik memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan hasil dari penelitian ini diharapkan

mampu memberikan kontribusi pengetahuan tentang ekonomi Islam juga dapat digunakan sebagai media aplikasi ilmu yang sudah dipelajari semasa duduk di bangku kuliah. Hal ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan tentang ilmu manajemen juga pengalaman dalam pemasaran untuk memasuki dunia kerja.

3. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan nilai pemikiran bagi institusi di mana penelitian ini dilangsungkan, juga bagi para mahasiswa jurusan Ekonomi Perbankan Islam diharapkan mampu menambah referensi tentang ekonomi Islam, juga sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan bagi para peneliti lain yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan penelitian ini.