

Analisis swot bank syariah indonesia dalam mendukung strategi pengembangan UMKM

Nadiyahatul Falihah

Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: nadiyahulfalihah@gmail.com

Kata Kunci:

Bank Syariah Indonesia;
UMKM; SWOT;
perkembangan; ekonomi

Keywords:

Islamic Bank Indonesia;
MSMEs; SWOT;
development; economy.

ABSTRAK

Artikel ini membahas peran penting Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia, serta kontribusi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam mendukung perkembangan sektor ini. Dengan menggunakan analisis SWOT, artikel ini mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh BSI dalam memberikan dukungan kepada UMKM. Ditemukan bahwa UMKM memiliki ketahanan yang tinggi meskipun dalam kondisi krisis global, namun masih menghadapi tantangan dalam akses pembiayaan dan literasi keuangan. Strategi yang diusulkan untuk meningkatkan

dukungan terhadap UMKM meliputi peningkatan literasi keuangan syariah, pengembangan produk yang lebih inovatif, serta peningkatan kualitas layanan perbankan. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan UMKM dapat berkembang secara optimal dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Artikel ini menekankan pentingnya kolaborasi antara lembaga keuangan dan pelaku UMKM untuk mencapai tujuan tersebut.

ABSTRACT

This article discusses the important role of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Indonesian economy, as well as the contribution of Bank Syariah Indonesia (BSI) in supporting the development of this sector. Using SWOT analysis, the article identifies the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by BSI in providing support to MSMEs. It is found that MSMEs have high resilience despite the global crisis, but still face challenges in access to financing and financial literacy. The proposed strategies to improve support to MSMEs include increasing Islamic financial literacy, developing more innovative products, and improving the quality of banking services. Through these measures, it is expected that MSMEs can develop optimally and make a significant contribution to national economic growth, create jobs, and improve people's welfare. This article emphasizes the importance of collaboration between financial institutions and MSME players to achieve these goals.

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu sektor yang memiliki peran penting dalam kemajuan dalam sektor ekonomi yang ada di Indonesia. UMKM juga merupakan salah satu sektor yang menjadi pendorong utama dalam perkembangan di berbagai sektor industri. Sehingga dengan adanya UMKM, mereka dapat menyediakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat dengan cepat dari pada yang lain. Hal tersebut dapat mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan yang menjadi permasalahan



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

utama masyarakat. UMKM memiliki cakupan jenis usaha yang cukup luas, antara lain mulai dari sektor industri perdagangan, manufaktur, hingga jasa yang dilakukan oleh setiap individu atau suatu kelompok kecil. Akan tetapi, dalam malukan pengembangan UMKM memiliki keterbatasan dalam penggunaan modal.

Permasalahan yang terjadi pada UMKM pada umumnya yaitu keterbatasan modal dan dalam hal pemasaran yang dilakukan. Meskipun pada saat ini banyak produk pembiayaan yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan, akan tetapi masih banyak para pelaku UMKM yang masih kesulitan dalam mendapatkan suntikan modal atau finansial dalam mengembangkan usahanya terutama para pelaku UMKM yang berada di pedesaan. banyak yang menjadi faktor yang menyebabkan para pelaku UMKM kesulitan mendapatkan suntikan modal, diantaranya kuranya pengetahuan mengenai produk pembiayaan yang ada di lembaga keuangan, kesulitan dalam pengajuan pembiayaan karena dianggap usahanya tidak layak menerima pembiayaan, atau bahkan ada yang tidak mau atau membutuhkan pembiayaan yang ada di lembaga keuangan.

Kurangnya modal membuat pelaku UMKM tidak mampu menyalurkan kreativitasnya. Sehingga hal tersebut menjadikan tantangan bagi pemerintah dan juga lembaga keuangan. Oleh karena itu, pada saat ini muncul produk pembiayaan yang mendukung untuk perkembangan UMKM yang ada di Indonesia. Para pelaku UMKM biasanya mendapatkan suntikan modal atau finansial melalui lembaga perbankan. Hal tersebut dikarenakan perbankan memiliki jangkauan yang dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat baik yang ada di desa maupun yang ada di kota.

Sektor UMKM memberikan peran yang sangat penting terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga menjadi pendorong utama dalam hal pertumbuhan ekonomi negara. Dengan memiliki dan mendapatkan dukungan yang tepat, UMKM bisa berkembang menjadi salah satu bisnis menjadi lebih besar dan juga menjadi lebih kuat yang akhirnya membuat peningkatan daya saing ekonomi nasional. Di Indonesia, pemerintah menyediakan banyak bentuk bantuan bagi pelaku UMKM melalui program kredit, pembiayaan, pelatihan dalam hal kewirausahaan, dan pengetahuan tentang penyederhanaan regulasi bisnis sehingga dapat memudahkan para pelaku UMKM melakukan pendirian dan menjalankan UMKM (Mokondongan et al., 2024).

Bank dan lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan UMKM yang memiliki tantangan dalam hal keterbatasan modal. Selain peran bank dan lembaga keuangan, dalam hal ini peran pemerintah juga sangat dibutuhkan untuk mendorong dan mendukung pengembangan UMKM. Hal tersebut dikarenakan UMKM juga memiliki kontribusi yang cukup besar bagi perekonomian di Indonesia. Sektor UMKM ini juga memiliki ketahanan yang tinggi, yang artinya dalam sektor UMKM dapat bertahan meskipun dalam masa krisis global.

Di Indonesia, perbankan dibedakan menjadi 2 yaitu bank konvensional dan bank syariah. Adapun perbedaan antara keduanya cukup spesifik, Bank konvensional menerapkan sistem bunga, sedangkan bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil. Dalam sistem operasionalisasinya bank syariah menerapkan sistem yang sesuai dengan syariat Islam. Bank syariah memiliki karakteristik khusus, yaitu apabila bank konvensional menjadi jembatan antara pemilik dana dengan dunia usaha, sedangkan

dalam bank syariah, bank menjadi mitra dalam melakukan investasi, atau menjadi *custodian* (pemegang amanat) dari pemilik dana investasi

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu unit lembaga keuangan yang berbasis perbankan yang berprinsip pada Syariah yang sedikitnya membantu perkembangan UMKM yang ada di Indonesia melalui produk pembiayaan. Dalam memberikan pembiayaan terhadap pelaku UMKM, Bank Syariah Indonesia memberikan syarat yaitu selama usaha tersebut telah memenuhi standar kelayakan dan tidak bertentangan dengan syariat Islam, maka usaha tersebut layak mendapatkan produk pembiayaan dari bank.

Strategi yang dapat dilakukan oleh bank syariah agar dapat mengembangkan UMKM melalui pembiayaan yang dilakukan agar dapat memaksimalkan dan mampu meningkatkan perkembangan UMKM secara maksimal antara lain yaitu penguatan melalui pemberian dukungan dan fasilitas dalam melakukan promosi produk yang dihasilkan, melakukan strategi dalam pemberdayaan sumber daya yang dimiliki dengan melakukan pelatihan untuk membekali keterampilan yang dimiliki oleh pelaku dalam mengembangkan usaha kreatifnya, serta melakukan strategi perlindungan yang diwujudkan melalui penciptaan lingkungan usaha yang sehat dengan memberikan dukungan tambahan dalam bentuk modal usaha untuk para pelaku UMKM (Jasri et al., 2021).

Berdasarkan data yang didapat dari Badan Pusat Statistik yang membahas tentang Proporsi Kredit UMKM terhadap Total Kredit, dapat diketahui bahwa penggunaan kredit mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Hal tersebut memberikan pemahaman bahwa dengan meningkatnya kredit atau pembiayaan tersebut dapat meningkatkan jumlah pelaku UMKM. Berdasarkan data yang telah tersedia tentang jumlah UMKM, maka diperlukan dukungan dari pihak-pihak yang terkait sesuai dengan kemampuan masing-masing yang dimiliki (Putri, 2021).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis baik di internal maupun di eksternal. Selain itu, dalam penelitian ini menggunakan desain kualitatif deskriptif sehingga dapat memberikan gambaran mendalam mengenai bagaimana Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam mendukung posisi UMKM. Melalui pendekatan ini peneliti dapat menggali secara mendalam dan dapat menjelaskan tentang kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), Peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang ada dalam konteks pengembangan UMKM melalui analisis yang dilakukan yaitu analisis SWOT. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data sekunder, yaitu data yang didapatkan dari dokumen-dokumen, jurnal, artikel, dan *literature* lain yang sesuai dengan pengembangan UMKM dan perbankan syariah. Urgensi dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada di bank BSI dalam memberikan dukungan yang lebih efektif kepada pelaku UMKM, serta merumuskan strategi yang fleksibel dan responsif terhadap dinamika pasar.

Pembahasan

Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 yang kemudian disempurnakan dengan TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 yang berisi tentang politik Ekonomi dalam Rangka Demokrasi Ekonomi, UMKM harus digunakan sebagai bagian yang utuh dari perekonomian masyarakat yang memiliki tempat, fungsi, dan potensi strategis sehingga menciptakan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang, berkembang, dan adil.

Pengertian dari UMKM yang telah dijelaskan di dalam Undang-Undang no. 9 tahun 1999 dan karena kondisi yang semakin berkembang sehingga dilakukan revisi menjadi Undang-Undang No. 20 pasal 1 tahun 2008 tentang UMKM. Secara spesifik definisi UMKM yaitu sebagai berikut, Usaha Mikro adalah suatu usaha bisnis produksi yang dimiliki oleh individu maupun badan hukum tunggal yang memenuhi kriteria tertentu. Dengan pengertian dari Usaha Kecil adalah sebuah bisnis mandiri yang dilakukan oleh individu atau badan hukum yang bukan termasuk anak perusahaan atau cabang dari perusahaan mana pun. (Mokondongan et al., 2024)

Pengertian dari Usaha Menengah adalah jenis usaha bisnis yang independen yang dilakukan oleh seorang individu atau badan usaha tanpa menjadi anak perusahaan atau cabang perusahaan apa pun, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil maupun Usaha Besar yang jumlah aset bersih atau total penjualannya tahunan.

UMKM adalah jenis usaha yang bergerak atau beroperasi secara mandiri, baik oleh individu atau perorangan maupun kelompok atau badan usaha di berbagai sektor ekonomi. Secara umum, terdapat perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) yaitu terletak pada rata-rata pendapatan pertahun dan jumlah karyawan tetap yang dimiliki (Aisyah & Maharani, 2021).

Definisi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang sistem operasionalnya menerima simpanan dalam bentuk giro, tabungan, maupun deposito. Setelah melakukan penghimpunan dana nasabah, hal selanjutnya yaitu dana tersebut digunakan memberikan pinjaman dan pembiayaan yang lain maupun dalam bentuk aset seperti surat berharga yang diterbitkan oleh pemerintah, investasi, atau instrumen keuangan lainnya. Perbankan memiliki karakteristik yang mempunyai fungsi yang sangat penting dalam operasional bank tersebut yaitu sebagai lembaga keuangan yang terpercaya untuk melakukan simpanan dana masyarakat.

Definisi Perbankan syariah menurut UU No. 21 tahun 2008, merupakan sesuatu yang menangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, hal lain yang mencakup tentang bank dan unit usaha syariah adalah kelembagaan kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan operasionalisasinya berdasarkan pada prinsip syariah. Adapun definisi dari prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam yang menjalankan aktivitas perbankan

berdasarkan pada fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki hak dalam menetapkan hal-hal syariat.

Bank syariah melakukan sistem operasionalnya berorientasi pada laba dan juga berorientasi pada sosial. Bank syariah memiliki peran sebagai *financial intermediary* dengan bentuk pembiayaan jual-beli, pembiayaan usaha, pembiayaan berbasis ujah, serta aktivitas yang memiliki fungsi sosial yaitu dengan menampung dana zakat dan pinjaman kebajikan atau dana talangan. Dengan memiliki fungsi yang begitu kompleks, bank syariah memiliki berbagai tantangan di bidang industri keuangan. Sehingga ketika bank syariah ingin dapat berkembang dengan baik, maka hal yang harus dilakukan adalah bank harus mempunyai platform yang berguna untuk pengembangan dan invasi produk-produk yang semakin beragam dari waktu ke waktu.

Dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM, lembaga keuangan perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam memenuhi modal yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Karena faktanya, banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mendapatkan suntikan modal untuk usaha yang mereka dirikan. Sehingga Bank Syariah Indonesia (BSI) berkomitmen untuk membantu para pelaku usaha sektor UMKM dengan bentuk mempermudah akses untuk mendapatkan modal. Selain itu Bank juga bergabung dalam pengembangan UMKM dengan membuka pusat layanan keuangan mikro.

Bank syariah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik dalam perkembangan UMKM. Adapun contoh nyata adalah dengan meningkatkan ketersediaan dana untuk pembiayaan dengan membuat persyaratan yang ringan dan mudah dipenuhi oleh pelaku UMKM dan memberikan pelatihan serta bimbingan atau arahan tentang bisnis. Meskipun UMKM memiliki potensi dalam peningkatan PDB, hal tersebut masih terhalang oleh masalah pendanaan dan akses yang terbatas. Sehingga bank syariah akan terus mengalami perkembangan dalam hal peningkatan kemampuan UMKM.

Analisis SWOT

Definisi dari analisis SWOT adalah suatu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor baik internal maupun faktor eksternal dari sebuah perusahaan yang bertujuan untuk menemukan atau menciptakan strategi. Dalam analisis ini terdapat 4 faktor pokok yang terdiri atas *strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), *Threat* (ancaman). Ketika perusahaan ingin memajukan dan mengembangkan perusahaannya, maka cara yang paling tepat adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengukur dan mengidentifikasi hal-hal yang menjadi kekuatan dan yang menjadi kelemahan suatu perusahaan, serta analisis tersebut juga dapat mengetahui peluang serta ancaman yang sedang atau akan dihadapi.

Analisis SWOT menjadi salah satu cara untuk melakukan pengamatan perusahaan baik dalam lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Dalam melakukan dan menemukan strategi yang baik maka hal tersebut akan menghasilkan strategi yang efektif sehingga hal tersebut akan digunakan untuk menghadapi dan meminimalisir

ancaman dan kelemahan. Selain berpengaruh terhadap ancaman dan kelemahan, hal tersebut juga dapat memaksimalkan kekuatan dan juga peluang yang akan dihadapi.

Strategi SWOT Bank Syariah Indonesia dalam Mendukung Perkembangan UMKM

ANALISIS SWOT		LINGKUNGAN INTERNAL	
		KEKUATAN (<i>STRENGTH</i>)	KELEMAHAN (<i>WEAKNEESS</i>)
		• Produk pembiayaan yang berbasis syariah • Bimbingan dan konsultasi tentang keuangan • Mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah	• Persaingan perbankan yang sangat kompetitif • Rendahnya literasi masyarakat tentang keuangan syariah • Pembangunan dan persebaran infrastruktur seperti kantor bank dan ATM masih belum merata
LINGKUNGAN EKSTERNAL	PELUANG (<i>OPPORTUNITY</i>)	S-O strategy	W-O strategy
	• Mayoritas masyarakat memeluk agama Islam • Bimbingan dan konsultasi tentang keuangan • Pertumbuhan ekonomi syariah semakin meningkat	⇒ Meningkatkan pemasaran baik melalui media sosial atau secara langsung ⇒ Meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan oleh pasar ⇒ Meningkatkan dan memperkuat kerja sama dengan instansi yang ada di sekitar	⇒ Meningkatkan literasi keuangan syariah kepada pelaku UMKM ⇒ Mengembangkan produk layanan yang lebih spesifik ⇒ Meningkatkan kualitas perbankan baik dari produk, layanan, maupun infrastruktur
	ANCAMAN (<i>THREAT</i>)	S-T strategy	W-T strategy
	• Melambatnya pertumbuhan ekonomi global dan krisis ekonomi • Kompetisi <i>fintech</i> dan pinjaman online <i>illegal</i>	⇒ Bekerja sama dengan pemerintah dalam membangun program-program pemberdayaan UMKM ⇒ Meningkatkan edukasi keuangan	⇒ Mengidentifikasi segmen yang tahan resesi ⇒ Melakukan peningkatan dalam kecepatan respons ⇒ Melakukan peningkatan layanan dan memberikan

	Isu negatif yang dapat merusak reputasi Bank	kepada pelaku UMKM ⇒ Membangun kemitraan dengan Fintech untuk memperluas jangkauan layanan	keuntungan dan keunggulan produk yang dimiliki.
--	--	---	---

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Sehingga hasil dari kombinasi tersebut terdapat 4 set strategi alternatif yang dapat diterapkan atau dilakukan oleh Bank Syariah dalam meningkatkan strategi perkembangan UMKM,

SO Strategy (Strength – Opportunity)

Strategi SO yang dilakukan Bank Syariah Indonesia melibatkan beberapa kekuatan internal dengan beberapa peluang yang tersedia di lingkungan eksternal. Beberapa strategi yang bisa diterapkan oleh Bank syariah dalam mendukung strategi pengembangan UMKM adalah dengan meningkatkan pemasaran melalui media sosial. Bank BSI dapat melakukan promosi melalui beberapa platform online contohnya twitter, instagram, facebook, dan platform media sosial lainnya. Kegiatan yang dilakukan yaitu dengan memposting konten yang relevan dan informatif mengenai produk yang dimiliki oleh Bank BSI. Hal tersebut juga termasuk ke dalam edukatif kepada pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan literasi tentang keuangan Bank Syariah.

Strategi selanjutnya yaitu dengan meningkatkan kualitas produk yang diharapkan oleh nasabah yaitu dengan melakukan survei lapangan pasar. Hal tersebut bertujuan untuk memahami sudut pandang dan hal yang dibutuhkan oleh nasabah. Sehingga dengan melakukan survei tersebut, bank dapat melakukan pengembangan produk yang lebih kreatif dan inovatif dan melakukan evaluasi sesuai dengan permintaan nasabah. Dengan melakukan strategi tersebut diharapkan para nasabah terutama pelaku UMKM dapat tertarik dengan menggunakan produk pembiayaan yang dimiliki oleh bank.

Strategi yang dapat dilakukan bank BSI sehingga dalam mendukung perkembangan UMKM yaitu dengan meningkatkan dan memperkuat kerja sama dengan instansi yang ada di sekitar. Hal ini bertujuan untuk memberikan produk yang lebih relevan dan bermanfaat bagi nasabah. Bank BSI dapat memperkuat kerja sama dengan lembaga-lembaga pemerintahan, seperti lembaga pendidikan, lembaga keuangan syariah, dan pemerintah lokal guna mengembangkan program-program yang lebih komprehensif. Program-program tersebut yaitu dengan melakukan pelatihan keuangan bagi masyarakat, peningkatan kesadaran tentang perbankan syariah, hingga berpartisipasi dalam proyek sosial yang mendukung keseimbangan ekonomi dan sosial yang ada di daerah tersebut.

WO Strategy (Weakness – Opportunity)

Strategi WO merupakan pendekatan efektif untuk mengidentifikasi kelemahan yang ada di lingkungan internal dan peluang yang ada di lingkungan eksternal sehingga dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan untuk meningkatkan UMKM. Ada beberapa

strategi yang dapat dilakukan oleh bank BSI untuk meningkatkan strategi pengembangan UMKM yaitu dengan meningkatkan literasi keuangan syariah kepada nasabah dan calon nasabah. Dengan meningkatkan literasi tentang keuangan syariah dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang keuangan syariah di kalangan pelaku UMKM. Dengan membantu meningkatkan literasi tersebut, bank BSI dapat membantu pelaku UMKM membuat keputusan finansial yang lebih baik dan juga dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam sistem keuangan syariah.

Strategi selanjutnya yaitu mengembangkan produk layan secara lebih spesifik. Dengan melakukan strategi ini bank BSI dapat memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi UMKM, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat nasabah dan memperluas pangsa pasar. Selanjutnya yaitu strategi meningkatkan kualitas produk perbankan baik dari segi produk, layanan, maupun infrastruktur.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk nasabah mengacu kepada jumlah pelayanan yang baik atau buruk yang ditawarkan oleh Bank untuk memuaskan nasabah dengan melebihi ekspektasi mereka. Pentingnya dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah disebabkan pelayanan tidak hanya sekedar melayani saja, akan tetapi meliputi dari pengertian, pemahaman dan merasakan (Ahmadi & Siswanto, 2023).

Kegiatan yang dapat dilakukan dalam memuaskan nasabah adalah dengan melakukan proses pencairan dana, menetapkan target pemasaran yang tepat, dan melakukan strategi jemput bola atau *door-to-door*. Hal ini termasuk langkah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memastikan bahwa proses pembiayaan berjalan secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

ST Strategy (Strength – Threat)

Analisis SWOT yaitu ST strategy yaitu pendekatan yang mengidentifikasi kekuatan internal dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi operasional bank terhadap pengembangan UMKM. Dengan melakukan strategi ini Bank BSI dapat merumuskan strategi yang tepat untuk mengatasi ancaman dan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan menjalin kemitraan dengan pemerintah untuk mengembangkan program pemberdayaan UMKM dan memanfaatkan dukungan regulasi dan mengelola sumber daya yang bertujuan untuk memperluas akses pembiayaan dan pelatihan bagi pelaku UMKM.

Meningkatkan pengetahuan tentang keuangan bagi pelaku UMKM yang bertujuan agar pelaku UMKM *aware* terhadap produk keuangan syariah dan dapat mengelola keuangan dengan cara yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha mereka dengan lebih baik. Selain itu bank juga dapat berkolaborasi dengan *fintech* dan mengembangkan produk digital, sehingga para nasabah dan pelaku UMKM dapat dengan mudah mengakses produk pembiayaan yang dimiliki oleh bank.

WT Strategy (Weakness – Threat)

Strategi WT memungkinkan bank BSI dalam mengidentifikasi kelemahan yang ada di lingkungan internal dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal yang dapat

menghambat upaya bank dalam memengaruhi peningkatan UMKM. Dengan hal ini bank BSI dapat mengatasi kelemahan dan meminimalkan ancaman yang akan terjadi. Strategi yang dilakukan yaitu dengan produk yang tahan akan resesi. Bank BSI harus fokus kepada segmen UMKM yang memiliki ketahanan akan kondisi ekonomi yang tidak stabil, selain itu bank juga dapat memastikan bahwa produk dan layanan yang mereka miliki tetap relevan. Bank juga dapat melakukan peningkatan pelayanan digital, sehingga bank dapat memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi pembiayaan.

Strategi selanjutnya yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dan keunggulan produk yang dimiliki oleh Bank. Kualitas layanan tidak hanya sekedar segala sesuatu yang bisa dilihat secara langsung, melainkan semua faktor yang membuat layanan tersebut ampu memenuhi kebutuhan nasabah. Sehingga kualitas layanan mencakup semua hal yang dapat membantu sebuah produk atau jasa suatu perusahaan atau perbankan untuk menjadi lebih baik dan juga efektif dalam menjalankan operasionalisasi atau memenuhi permintaan nasabah (Al-Ghifari & Khusnudin, 2022).

Selain meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah, bank juga perlu meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi ancaman dan juga mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh bank. Kualitas produk mengacu pada pengukuran seberapa baik atau seberapa layak produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan, harapan, dan keinginan nasabah. Jika sebuah produk sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka kualitasnya akan dianggap baik. Begitu pun sebaliknya, jika ada ketidaksesuaian maka kualitas produk dianggap rendah atau kurang (Al-Ghifari & Khusnudin, 2022).

Kesimpulan dan Saran

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia, berfungsi sebagai motor penggerak dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan ketahanan ekonomi, terutama di masa-masa krisis. Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki tanggung jawab yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan UMKM melalui penyediaan produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan modal tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha.

Melalui analisis SWOT yang dilakukan, BSI dapat secara efektif mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan UMKM, termasuk kekuatan yang dimiliki, kelemahan yang perlu diatasi, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang harus diwaspadai. Strategi-strategi yang diusulkan untuk meningkatkan dukungan terhadap UMKM mencakup peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan pelaku UMKM, pengembangan produk yang lebih inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar, serta peningkatan kualitas layanan dan infrastruktur perbankan yang lebih responsif.

Dengan menerapkan langkah-langkah strategis ini, diharapkan UMKM tidak hanya dapat berkembang secara maksimal, tetapi juga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja yang

lebih banyak, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, R., & Siswanto, S. (2023). Pengaruh Service Quality dan Tingkat Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 164. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.773>
- Aini, H., Hak, N., & Sumarni, Y. (2024). Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Era Society 5.0 (Studi Kasus PT Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu S Parman). 8(2), 1344–1353. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1786>
- Aisyah, E. N., & Maharani, M. (2021). Strategi penanganan pembiayaan bermasalah pada UMKM di masa pandemi COVID-19. ... *SENANTIAS: Seminar Nasional ...*, 1(1), 287–296. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/Senan/article/view/8206>
- Al-Ghifari, M. I., & Khusnudin. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421–434. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10883](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10883)
- Alvindo, D., Supriyanto, A. S., Retnasih, N. R., & Hirmawan, A. P. (2023). THE IMPACT OF COMMUNICATION AND MOTIVATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE OF ISLAMIC BANKING International Conference of Islamic Economics and Business 9th 2023 Alvindo et al : The Impact Of Commnuication ... International. 529–548.
- Cahyati, I. (2023). Dampak Merger Bank Syariah Indonesia Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia. *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1–10. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/taraadin/article/view/15557%0Ahttps://jurnal.umj.ac.id/index.php/taraadin/article/download/15557/9272>
- Jasri, J., Saidin Mansyur, Indah Rahayu, & Hesti Astuti. (2021). Peranan Bank Syariah Indonesia (Bsi) Dalam Mendukung Peningkatan Kesejahteraan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 128–134. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v1i2.815>
- Lutfi, M., & Siswanto, S. (2018). A Transformational Leadership, It's Implication on Employee Performance through Organizational Culture and Motivation. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(2004), 192–200. <https://doi.org/10.25139/ekt.v2i2.1226>
- Mawaddah, R., & Sri, Y. (2025). *Shirkah : Journal of Economics and Business The Role of Green Human Resource Management on Employee Behavior and Corporate Environmental Performance in Indonesian Sharia Banks*. 10(1), 42–61.
- Mokondongan, A., Rotinsulu, T. O., & Mandeij, D. (2024). Analisis swot pada peranan perbankan dalam mengembangkan umkm di manado 1,2,3. 24(6), 13–28.
- Nur, M. F., & Rahmawati, L. (2022). Analisis SWOT Produk Pembiayaan Di Bank Muamalat Pada Masa Pandemi. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 14–28. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.481>
- Pradita Putri, B., Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 209–220. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss2.art2>
- Purmianti, A. T., & Fahlevi, R. (2022). Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Batara iB Pada Bank BTN Syariah. *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(1), 84–100. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v1i1.5665>
- Putri, S. (2021). Peran Pembiayaan Syariah Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia. *Al*

- Hisab: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 1–11. <https://doi.org/10.59755/alhisab.v1i2.67>
- Rahmat Kurnia. (2022). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran. *Journal Islamic Banking and Finance*, 2(2), 395–406. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/12751%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/download/12751/12344>
- Reski, D. (2024). *Determinant of the Customer Interest*. 10(01), 170–187.
- Sari, D. N., Siswanto, S., Maksum, I., Abdani, F., Khan, R. B. F., Retnasih, N. R., Setiani, S., & Masyhuri, M. (2023). Determinant of Consumer Decision on Islamic Banking. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 115–135. <https://doi.org/10.18860/ed.v11i1.17736>
- Sultoni, H., & Mardiana, K. (2021). Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah BUMN Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. *Jurnal Eksyar : Jurnal Ekonomi Syariah*, 08(01), 17–40.
- Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>