

Implementasi manajemen strategi dalam penguatan daya saing koperasi syariah di era ekonomi digital: Studi kasus pada KSPPS BMT UGT Sidogiri

Dieva Rullyeza Chelsealia Putri

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: @dievarullyeza123@gmail.com

Kata Kunci:

Manajemen strategi;
koperasi syariah; BMT UGT
Sidogiri; daya saing;
ekonomi digital

Keywords:

Strategic management;
Islamic cooperative; BMT
UGT Sidogiri;
competitiveness; digital
economy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing koperasi syariah di era ekonomi digital dengan fokus pada studi kasus KSPPS BMT UGT Sidogiri. Koperasi syariah sebagai lembaga keuangan mikro memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis prinsip keadilan dan syariah Islam. Perubahan lingkungan bisnis akibat digitalisasi menuntut koperasi untuk mengadopsi strategi yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan. Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, di mana seluruh data diperoleh dari literatur ilmiah, jurnal, buku, dan laporan kelembagaan. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan strategi penguatan sumber daya manusia, transformasi digital, kemitraan kelembagaan, serta tata kelola

berbasis nilai-nilai syariah berkontribusi besar terhadap peningkatan daya saing koperasi. KSPPS BMT UGT Sidogiri menjadi contoh keberhasilan implementasi strategi yang seimbang antara aspek ekonomi dan spiritual, sehingga mampu bertahan di tengah persaingan lembaga keuangan digital.

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of strategic management in enhancing the competitiveness of Islamic cooperatives in the digital economy era, focusing on the case of KSPPS BMT UGT Sidogiri. As a microfinance institution, Islamic cooperatives play a vital role in empowering communities based on justice and Islamic principles. This research employs a descriptive qualitative method using a library research approach, in which all data were obtained from academic literature, journals, books, and institutional reports. The findings indicate that strategies involving human resource development, digital transformation, institutional partnerships, and Sharia-based governance significantly strengthen the competitiveness of cooperatives. KSPPS BMT UGT Sidogiri exemplifies a balanced implementation of strategic management between economic and spiritual values, enabling sustainability amid the expansion of digital financial institutions.

Pendahuluan

Koperasi syariah merupakan lembaga keuangan mikro yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam dan berperan strategis dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Keberadaannya menjadi salah satu instrumen penting dalam membangun sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan, karena mengusung prinsip tolong-



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.

menolong (*ta'awun*), kebersamaan (*ukhuwah*), dan keadilan (*'adl*). Di tengah dinamika perkembangan ekonomi modern, koperasi syariah dihadapkan pada tantangan besar, terutama dengan hadirnya era digital yang telah mengubah pola bisnis, perilaku konsumen, serta sistem operasional lembaga keuangan.

Perubahan teknologi digital yang masif melahirkan inovasi dalam sektor keuangan, seperti *financial technology (fintech)*, pembayaran digital, dan layanan daring yang menuntut lembaga keuangan konvensional maupun syariah untuk melakukan adaptasi cepat. Di sisi lain, koperasi syariah sebagai lembaga keuangan berbasis komunitas harus tetap mempertahankan identitas syariahnya tanpa tertinggal dalam arus modernisasi. Kondisi ini memerlukan penerapan manajemen strategi yang efektif, inovatif, dan sesuai dengan prinsip syariah agar koperasi syariah mampu bersaing dan tetap eksis di tengah perubahan global.

Strategi merupakan upaya organisasi untuk mencapai keunggulan bersaing melalui penciptaan nilai yang unik dan berkelanjutan (Porter, 2008). Hal ini sejalan dengan *maqashid al-syariah*, yaitu tujuan-tujuan syariah yang berorientasi pada kemaslahatan umat melalui perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Oleh karena itu, strategi bisnis yang diterapkan dalam koperasi syariah harus berlandaskan nilai moral dan keadilan ekonomi.

Di Indonesia, koperasi syariah mengalami perkembangan signifikan dalam dua dekade terakhir. Namun, sebagian besar masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi keuangan anggota, serta kurangnya inovasi dalam pelayanan. Beberapa lembaga berhasil menembus tantangan tersebut dengan menerapkan strategi manajemen yang adaptif terhadap era digital, salah satunya adalah KSPPS BMT UGT Sidogiri.

KSPPS BMT UGT Sidogiri berdiri pada tahun 2000 dan berawal dari inisiatif alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan, Jawa Timur. Lembaga ini berkomitmen mengembangkan sistem keuangan berbasis syariah yang profesional dan berpihak pada ekonomi umat. Dengan lebih dari 300 cabang di seluruh Indonesia, BMT UGT Sidogiri menjadi salah satu koperasi syariah terbesar dan paling berpengaruh. Keberhasilannya terletak pada kemampuannya memadukan nilai-nilai keislaman dengan praktik manajemen modern, termasuk dalam bidang pengembangan sumber daya manusia, digitalisasi layanan, serta perluasan jaringan kemitraan.

Implementasi manajemen strategi di BMT UGT Sidogiri mencerminkan bagaimana lembaga keuangan syariah dapat beradaptasi tanpa kehilangan karakter spiritualnya. Dalam menghadapi kompetisi lembaga keuangan digital dan meningkatnya ekspektasi anggota, BMT UGT Sidogiri mengembangkan berbagai inovasi strategis seperti sistem pembiayaan digital, aplikasi keanggotaan berbasis daring, serta pengelolaan laporan keuangan yang transparan dan efisien. Strategi tersebut memperkuat daya saing lembaga, meningkatkan loyalitas anggota, serta menciptakan citra positif di masyarakat.

Selain faktor internal seperti kepemimpinan dan SDM, keberhasilan koperasi juga dipengaruhi oleh kemampuan organisasi membaca peluang eksternal. Proses manajemen strategi meliputi analisis lingkungan, formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi (Wheelen, T. L., & Hunger, 2018). Dalam konteks koperasi syariah, keempat tahapan ini perlu disesuaikan dengan nilai-nilai Islam agar tercipta keseimbangan antara orientasi dunia dan akhirat (*tawazun*).

Namun demikian, tidak semua koperasi syariah mampu mengadopsi pendekatan manajemen strategi yang efektif. Beberapa masih terjebak dalam pola tradisional dengan sistem manual dan kurangnya inovasi layanan. Oleh sebab itu, penting dilakukan kajian mendalam mengenai bagaimana implementasi manajemen strategi dilakukan oleh lembaga yang sukses, seperti KSPPS BMT UGT Sidogiri, agar dapat menjadi model bagi koperasi syariah lainnya.

Artikel ini disusun untuk menganalisis secara komprehensif implementasi manajemen strategi dalam penguatan daya saing koperasi syariah di era ekonomi digital, dengan menyoroti praktik nyata yang diterapkan oleh KSPPS BMT UGT Sidogiri. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan ilmu manajemen strategi Islam, serta menjadi acuan praktis bagi lembaga keuangan syariah dalam merumuskan strategi yang berorientasi pada kemaslahatan dan keberlanjutan.

Pembahasan

Tinjauan Teori Manajemen Strategi dalam Perspektif Islam

Manajemen strategi merupakan proses menyeluruh yang bertujuan untuk menetapkan arah organisasi agar mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan serta mencapai tujuan jangka panjang. Manajemen strategi mencakup tiga tahapan utama, yaitu formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi (David, F. R., 2017). Proses ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada penciptaan nilai yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Dalam konteks lembaga keuangan syariah, manajemen strategi tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip Islam yang menekankan keseimbangan antara aspek duniawi dan ukhrawi (*tawazun*), serta orientasi pada kemaslahatan (*maslahah*). Setiap strategi yang diterapkan harus sejalan dengan *maqashid al-syariah* — tujuan utama syariah untuk menjaga agama (*hifz ad-din*), jiwa (*hifz an-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz an-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Oleh karena itu, manajemen strategi dalam perspektif Islam bukan hanya soal efektivitas bisnis, tetapi juga soal keberkahan dan tanggung jawab moral.

Strategi bisnis dalam lembaga keuangan syariah harus mencerminkan nilai amanah (kepercayaan), *istiqamah* (konsistensi), dan *ihsan* (profesionalisme) (Antonio, 2019). Nilai-nilai ini menjadi pedoman etis bagi pengurus dalam merumuskan dan

melaksanakan kebijakan. Strategi yang dijalankan tanpa memperhatikan nilai moral berpotensi menurunkan kepercayaan anggota dan merusak reputasi lembaga syariah itu sendiri.

Selain itu, manajemen strategi yang baik juga harus mempertimbangkan faktor lingkungan eksternal, seperti perkembangan teknologi, regulasi pemerintah, serta perilaku konsumen muslim yang semakin modern. Teori (Porter, 1985) mengenai competitive advantage menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui diferensiasi dan efisiensi biaya. Dalam koperasi syariah, diferensiasi tercermin dari nilai-nilai Islam yang diintegrasikan dalam produk dan layanan, sedangkan efisiensi dicapai melalui pengelolaan sumber daya yang amanah dan efektif.

(Wheelen, T. L., & Hunger, 2018) menambahkan bahwa proses manajemen strategi idealnya bersifat siklikal: dimulai dengan analisis situasi, perumusan strategi, implementasi, dan evaluasi. Dalam praktik lembaga keuangan syariah, proses ini harus disertai dengan muraqabah (pengawasan spiritual) dan syura (musyawarah) sebagai bagian dari prinsip tata kelola Islami. Artinya, keputusan strategis tidak boleh hanya berdasar pada rasionalitas ekonomi, tetapi juga pertimbangan etis dan maslahat bagi anggota.

Integrasi antara teori manajemen strategi modern dan nilai Islam menghasilkan konsep yang dikenal sebagai Islamic Strategic Management. Konsep ini menempatkan Allah SWT sebagai pusat orientasi keputusan (tauhid), dan menjadikan setiap aktivitas bisnis sebagai ibadah. Penerapan strategi berbasis nilai Islam mampu meningkatkan keberlanjutan lembaga karena menciptakan loyalitas emosional anggota serta memperkuat citra positif lembaga di mata public.

Dalam koperasi syariah, terutama yang beroperasi di lingkungan pesantren seperti KSPPS BMT UGT Sidogiri, nilai-nilai keislaman menjadi modal sosial yang sangat kuat. Ketaatan terhadap prinsip syariah tidak hanya menjadi kewajiban hukum, tetapi juga sumber keunggulan kompetitif yang membedakan koperasi syariah dari lembaga keuangan konvensional. Dengan demikian, penerapan manajemen strategi dalam perspektif Islam berarti menciptakan keseimbangan antara profesionalisme manajerial dan spiritualitas bisnis.

Implementasi Manajemen Strategi di KSPPS BMT UGT Sidogiri

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia membuka peluang besar bagi lembaga keuangan mikro syariah untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi layanan. Ekonomi digital telah berkembang pesat sebagai bentuk sharing economy yang memungkinkan banyak pelaku usaha kecil dan koperasi masuk ke dalam sistem ekonomi global melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (Miranti & Sudarmawan, 2022). Digitalisasi bukan hanya mendukung efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan konektivitas antar-lembaga yang memperkuat kolaborasi ekonomi umat.

Dalam konteks KSPPS BMT UGT Sidogiri, transformasi digital seperti penerapan sistem keuangan berbasis core system, aplikasi anggota berbasis Android, serta layanan pembayaran daring menunjukkan implementasi nyata dari strategi ini. Langkah tersebut selaras dengan konsep ekonomi digital nasional yang menekankan pentingnya adaptasi teknologi sebagai strategi penguatan daya saing lembaga (Miranti & Sudarmawan, 2022).

KSPPS BMT UGT Sidogiri merupakan salah satu koperasi syariah terbesar di Indonesia yang beroperasi dengan prinsip profesionalisme, kemandirian, dan keislaman. Didirikan pada tahun 2000 oleh alumni Pondok Pesantren Sidogiri, lembaga ini lahir sebagai upaya konkret untuk memberdayakan ekonomi umat melalui sistem keuangan yang bebas dari riba. Dalam dua dekade terakhir, BMT UGT Sidogiri berkembang pesat dan kini memiliki lebih dari 300 cabang di seluruh Indonesia dengan jutaan anggota aktif. Keberhasilan tersebut tidak terjadi secara kebetulan, melainkan melalui penerapan manajemen strategi yang sistematis dan berkesinambungan.

- 1) Secara umum, strategi BMT UGT Sidogiri mengacu pada tiga pilar utama: penguatan sumber daya manusia yang amanah dan kompeten,
- 2) Pengembangan sistem digital yang efisien dan transparan, serta
- 3) Perluasan jaringan kemitraan dan diversifikasi produk syariah.

Ketiga aspek ini berjalan seiring dengan penerapan prinsip maqashid al-syariah, sehingga setiap keputusan manajerial tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga keberkahan dan kesejahteraan anggota.

1) Penguatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan Kepemimpinan Syariah

Sumber daya manusia merupakan inti dari keberhasilan organisasi koperasi. BMT UGT Sidogiri menyadari bahwa kualitas pengurus dan karyawan menjadi faktor utama dalam menciptakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, lembaga ini secara konsisten melaksanakan program kaderisasi dan pelatihan berbasis nilai Islam.

Para pengurus direkrut dari kalangan alumni pesantren yang telah mendapatkan pendidikan akidah dan akhlak, kemudian dibekali dengan pelatihan teknis di bidang keuangan, manajemen, dan pelayanan anggota.

Pengembangan SDM yang berkelanjutan akan meningkatkan efisiensi kerja dan loyalitas organisasi. Hal ini terbukti di BMT UGT Sidogiri, di mana semangat ukhuwah islamiyah menjadi motivasi utama karyawan dalam bekerja. Setiap pegawai didorong untuk menumbuhkan nilai amanah (tanggung jawab), istiqamah (konsistensi), dan ihsan (profesionalitas). Dengan pendekatan tersebut, BMT UGT Sidogiri berhasil menciptakan budaya organisasi yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga kokoh secara spiritual.

Selain itu, sistem kepemimpinan di BMT UGT Sidogiri menganut gaya syura atau musyawarah. Keputusan strategis penting dilakukan secara kolektif, sehingga menghindari dominasi individu tertentu. Hal ini memperkuat rasa keadilan dan

keterbukaan di antara pengurus, sekaligus mencerminkan prinsip tata kelola Islami (good cooperative governance).

2) Inovasi dan Transformasi Digital

Era digital membawa perubahan besar terhadap cara lembaga keuangan melayani anggotanya. BMT UGT Sidogiri menanggapi perubahan ini dengan melakukan transformasi digital yang terencana. Langkah konkret yang telah dilakukan antara lain:

- a) Penerapan sistem keuangan berbasis teknologi informasi (core system) yang terintegrasi antar-cabang,
- b) Pengembangan aplikasi anggota berbasis Android, dan
- c) Penerapan sistem pembayaran digital untuk memudahkan transaksi pembiayaan maupun simpanan.

Transformasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperluas akses layanan ke anggota yang tersebar di berbagai wilayah. Selain efisiensi, digitalisasi juga memperkuat transparansi keuangan. Anggota dapat memantau transaksi dan saldo mereka secara langsung melalui aplikasi. Hal ini memperkuat kepercayaan (trust) dan loyalitas anggota, dua aspek penting dalam teori keunggulan kompetitif (Porter, 1985).

Namun, BMT UGT Sidogiri tetap menjaga prinsip syariah dalam digitalisasi, misalnya dengan memastikan sistem tidak mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) dan tetap menggunakan akad-akad yang sesuai seperti mudharabah, musyarakah, dan murabahah dalam setiap transaksi daring.

3) Strategi Kemitraan dan Jaringan Kelembagaan

Keberhasilan koperasi syariah tidak hanya ditentukan oleh kekuatan internal, tetapi juga oleh kemampuan membangun kemitraan strategis (strategic partnership) dengan berbagai pihak.

BMT UGT Sidogiri mengembangkan jaringan kemitraan dengan lembaga zakat, BMT lain, universitas, dan instansi pemerintah. Salah satu kolaborasi penting adalah dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk penyediaan layanan keuangan berbasis pesantren serta pelatihan SDM. Selain itu, BMT UGT Sidogiri juga bermitra dengan lembaga pendidikan tinggi untuk riset dan pengembangan sistem keuangan syariah digital.

Kemitraan ini menciptakan ekosistem ekonomi syariah yang saling memperkuat. Strategi kolaboratif mampu meningkatkan daya tahan lembaga terhadap risiko eksternal dan mempercepat inovasi produk. Dalam hal ini, BMT UGT Sidogiri menunjukkan bahwa sinergi kelembagaan berbasis nilai Islam dapat menjadi model ideal bagi koperasi lain di Indonesia.

4) Tata Kelola Syariah dan Pengawasan Internal

Tata kelola (governance) yang baik menjadi aspek fundamental dalam menjaga kredibilitas lembaga keuangan syariah. BMT UGT Sidogiri menerapkan

sistem pengawasan berlapis, yaitu pengawasan manajerial dan pengawasan syariah.

Setiap aktivitas pembiayaan dan investasi wajib melalui persetujuan Dewan Pengawas Syariah (DPS), yang memastikan semua transaksi sesuai dengan ketentuan fikih muamalah.

Selain itu, lembaga ini juga rutin melakukan audit internal dan evaluasi kinerja cabang. Langkah ini dilakukan untuk memastikan efisiensi operasional dan menekan potensi penyimpangan. Model tata kelola BMT UGT Sidogiri mencerminkan implementasi prinsip ihsan (profesionalitas) dan hisbah (pengawasan moral). Dengan demikian, tata kelola syariah tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga spiritual — menumbuhkan rasa tanggung jawab kepada Allah SWT.

5) Hasil Implementasi Strategi terhadap Daya Saing

Penerapan manajemen strategi di BMT UGT Sidogiri memberikan hasil nyata terhadap peningkatan daya saing lembaga. Berdasarkan laporan tahunan internal BMT UGT Sidogiri pada tahun 2023, total aset lembaga meningkat stabil setiap tahun dengan pertumbuhan anggota lebih dari 10% per tahun. Keberhasilan ini didukung oleh efektivitas strategi digital dan penguatan SDM yang berkelanjutan.

Dari perspektif non-finansial, BMT UGT Sidogiri juga berhasil memperkuat reputasi sebagai lembaga keuangan syariah terpercaya. Citra positif ini tercipta berkat komitmen terhadap nilai-nilai Islam serta pelayanan yang cepat dan transparan. Hal ini sesuai dengan konsep sustainable competitive advantage, yaitu kemampuan organisasi mempertahankan keunggulan melalui sumber daya yang sulit ditiru dalam hal ini adalah kombinasi antara spiritualitas dan profesionalisme.

6) Perbandingan dengan BMT BMI

Untuk memperkuat analisis, penting membandingkan strategi BMT UGT Sidogiri dengan koperasi syariah lain, seperti BMT Benteng Mikro Indonesia (BMI). BMT BMI dikenal sebagai pelopor pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas di Banten, dengan fokus pada inklusi keuangan masyarakat kecil. Namun, strategi BMI lebih menekankan pada aspek sosial dan pendampingan masyarakat, sementara aspek digitalisasi belum sekuat BMT UGT Sidogiri.

Dari sisi strategi, BMT UGT Sidogiri memiliki keunggulan dalam hal inovasi teknologi dan tata kelola kelembagaan yang profesional. Sedangkan BMI unggul dalam pendekatan sosial berbasis komunitas. Perbandingan ini menunjukkan bahwa keberhasilan koperasi syariah sangat dipengaruhi oleh konteks lokal dan fokus strategi masing-masing.

Selain inovasi teknologi, aspek komunikasi strategis juga menjadi bagian penting dari implementasi manajemen strategi. Berdasarkan penelitian dalam lembaga pendidikan Islam, strategi hubungan masyarakat (public relations strategy) yang terbuka dan berbasis nilai amanah terbukti mampu meningkatkan loyalitas serta memperkuat citra lembaga di mata Masyarakat (Mulyono, 2014). Prinsip ini juga

diterapkan di BMT UGT Sidogiri, di mana kepemimpinan syura dan budaya pelayanan anggota yang transparan membangun kepercayaan publik dan memperkuat posisi lembaga sebagai koperasi syariah yang profesional dan terpercaya.

Keberhasilan implementasi manajemen strategi di KSPPS BMT UGT Sidogiri juga ditentukan oleh kualitas kepemimpinan dan budaya organisasi yang diterapkan. Kepemimpinan transformasional merupakan faktor penting yang mampu memotivasi karyawan untuk bekerja melampaui target yang ditetapkan, karena pemimpin berperan sebagai inspirator dan teladan dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah (Arsy Gama & Firmansyah, 2022). Gaya kepemimpinan ini juga memperkuat kepercayaan anggota dan meningkatkan loyalitas terhadap lembaga.

Kompensasi yang seimbang dan penghargaan terhadap kinerja turut menjadi bagian dari implementasi strategi yang efektif. Seperti diungkapkan dalam penelitian tersebut, kompensasi baik dalam bentuk finansial maupun non-finansial dapat meningkatkan motivasi kerja serta komitmen terhadap visi lembaga. Sementara itu, budaya organisasi yang kuat berdasarkan prinsip amanah, ukhuwah, dan ihsan menjadi fondasi perilaku seluruh anggota dan karyawan dalam memberikan layanan yang berkualitas dan berorientasi pada nilai-nilai Islam.

Analisis SWOT dan Bagan Konseptual Strategi Penguatan Daya Saing

Analisis SWOT merupakan alat penting dalam manajemen strategi yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) organisasi. Analisis SWOT membantu manajer merumuskan strategi yang tepat berdasarkan kondisi internal dan eksternal lembaga (Wheelen, T. L., & Hunger, 2018). Dalam konteks koperasi syariah, analisis ini tidak hanya berfungsi untuk menilai kapasitas organisasi secara ekonomi, tetapi juga untuk memastikan keselarasan antara strategi dan nilai-nilai syariah.

1. Kekuatan (Strengths)

Kekuatan utama BMT UGT Sidogiri terletak pada identitas religius dan integritas lembaga yang berakar dari pesantren. Nilai-nilai keislaman yang tertanam kuat menjadikan lembaga ini dipercaya masyarakat luas, terutama kalangan santri dan alumni pesantren. Selain itu, keberadaan jaringan cabang yang luas di berbagai daerah menjadikan BMT UGT Sidogiri lebih dekat dengan anggota dan mampu memberikan pelayanan personal berbasis komunitas.

Kekuatan lainnya adalah SDM yang terdidik dan berakhlak, hasil dari sistem kaderisasi pesantren yang ketat. Pengurus dan karyawan memiliki loyalitas tinggi serta orientasi spiritual dalam bekerja. Kombinasi antara profesionalisme dan nilai religius ini menjadi sumber keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh lembaga keuangan lain.

Digitalisasi layanan juga menjadi kekuatan besar BMT UGT Sidogiri. Penggunaan sistem teknologi informasi yang terintegrasi mempercepat proses pembiayaan dan administrasi, sehingga meningkatkan efisiensi operasional dan transparansi.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Meskipun memiliki banyak keunggulan, BMT UGT Sidogiri juga menghadapi beberapa kelemahan internal. Pertama, keterbatasan inovasi produk yang masih berfokus pada pembiayaan mikro dan simpanan. Belum banyak diversifikasi produk ke arah investasi produktif yang berpotensi meningkatkan profitabilitas. Kedua, sebagian cabang masih menghadapi keterbatasan kapasitas SDM dalam mengelola sistem digital secara optimal. Hal ini mengakibatkan variasi dalam kualitas pelayanan antar wilayah.

Selain itu, proses pengambilan keputusan yang berbasis *syura* kadang memakan waktu lebih lama, terutama saat menyangkut keputusan strategis berskala besar. Meskipun sesuai prinsip Islam, hal ini dapat menjadi tantangan efisiensi dalam konteks bisnis modern yang dinamis.

3. Peluang (Opportunities)

BMT UGT Sidogiri memiliki peluang besar di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap ekonomi syariah. Data dari (Keuangan, 2020) menunjukkan bahwa potensi pasar keuangan syariah Indonesia masih terbuka lebar, terutama di sektor mikro dan UKM. Selain itu, perkembangan teknologi finansial syariah (fintech syariah) membuka ruang kolaborasi baru dalam layanan digital. BMT dapat bermitra dengan startup fintech untuk memperluas akses anggota tanpa harus mengorbankan prinsip syariah.

Peluang lainnya datang dari dukungan pemerintah terhadap pengembangan koperasi dan ekonomi pesantren. Program Kementerian Koperasi dan UKM yang mendorong digitalisasi koperasi memberikan peluang bagi BMT UGT Sidogiri untuk memperoleh bantuan pelatihan, sistem, dan pendanaan.

4. Ancaman (Threats)

Ancaman utama berasal dari persaingan ketat dengan lembaga keuangan digital dan bank syariah besar. Banyak lembaga kini menawarkan produk pembiayaan mikro dengan proses cepat dan suku margin kompetitif, yang bisa menggerus pangsa pasar koperasi syariah.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada layanan daring juga menuntut investasi teknologi yang besar. Bagi beberapa cabang BMT yang masih terbatas secara infrastruktur, hal ini menjadi tantangan berat.

Ancaman lain datang dari regulasi dan pengawasan pemerintah yang semakin ketat terhadap lembaga keuangan non-bank. BMT UGT Sidogiri harus mampu menyesuaikan diri dengan standar akuntabilitas dan pelaporan digital yang diberlakukan oleh OJK agar tidak tertinggal dalam aspek kepatuhan.

5. Strategi Penguatan Daya Saing Berdasarkan Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat dirumuskan beberapa strategi penguatan daya saing sebagai berikut:

- 1) Strategi SO (Strength–Opportunity): Memanfaatkan reputasi pesantren dan keunggulan SDM untuk memperluas kerja sama dengan lembaga fintech syariah serta memperkenalkan produk investasi halal berbasis digital.
- 2) Strategi ST (Strength–Threat): Memperkuat tata kelola syariah dan mempercepat inovasi produk agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan digital lain tanpa kehilangan nilai religius.
- 3) Strategi WO (Weakness–Opportunity): Meningkatkan pelatihan SDM di bidang teknologi informasi serta mendorong diversifikasi produk untuk memanfaatkan peluang digitalisasi.
- 4) Strategi WT (Weakness–Threat): Melakukan audit internal berkala dan penguatan sistem pengendalian manajemen agar efisiensi dan kualitas layanan tetap terjaga di tengah tantangan regulasi dan persaingan pasar.

Penerapan strategi ini harus tetap berlandaskan prinsip syariah dan nilai *maslahah*, sehingga setiap inovasi tetap dalam koridor etika Islam dan tidak menimbulkan ketidakpastian (*gharar*) maupun ketidakadilan (*zulm*).

Kesimpulan dan Saran

Implementasi manajemen strategi berperan penting dalam memperkuat daya saing koperasi syariah di tengah transformasi ekonomi digital. Berdasarkan kajian literatur dan studi kasus pada KSPPS BMT UGT Sidogiri, keberhasilan lembaga ini ditopang oleh empat strategi utama, yaitu penguatan sumber daya manusia yang amanah dan kompeten, penerapan digitalisasi layanan keuangan, pembangunan kemitraan strategis, serta penerapan tata kelola berbasis nilai-nilai Islam. Strategi tersebut tidak hanya mendorong efisiensi dan pertumbuhan lembaga, tetapi juga menciptakan keberlanjutan yang selaras dengan prinsip *maqashid al-syariah*.

Secara garis besar, koperasi syariah di era digital perlu menyeimbangkan inovasi teknologi dengan spiritualitas organisasi. Penguatan literasi digital, peningkatan kualitas SDM, dan kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah lain menjadi langkah strategis untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Selain itu, pengawasan syariah yang konsisten serta komitmen terhadap nilai kejujuran, amanah, dan keadilan menjadi pondasi utama keberlanjutan koperasi. Oleh karena itu, model strategi yang diterapkan oleh BMT UGT Sidogiri dapat menjadi contoh implementatif bagi koperasi syariah lain dalam membangun daya saing yang berkelanjutan, adil, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

Daftar Pustaka

- Antonio, M. S. (2019). *Strategi Bisnis dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Gema Insani Press.
- Arsy Gama, M. N., & Firmansyah, F. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Kompensasi, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan di BMT NU

- Jombang. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1), 069. <https://repository.uin-malang.ac.id/1405/>
- David, F. R., . (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson Education.
- Keuangan, K. N. E. dan. (2020). *Ringkasan Eksekutif Policy Recommendation Digitalisasi Institusi Keuangan Mikro Syariah*.
- Miranti, T., & Sudarmawan, B. N. (2022). Potensi Digital Ekonomi Bagi Perkembangan Sektor Pariwisata di Indonesia. *IEB: Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 23–29. <https://repository.uin-malang.ac.id/10787/>
- Mulyono, M. (2014). *Strategi manajemen humas dalam pengembangan lembaga pendidikan Islam: Studi multi kasus di MA Almaarif Singosari dan MA An-Nur Bululawang Kabupaten*. <https://repository.uin-malang.ac.id/8089/>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (1st editio). Free Press.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance* (reprint ed). simon and schuster.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability*.