



## ANALISIS SWOT PRODUK PEMBIAYAAN DI BANK MUAMALAT PADA MASA PANDEMI

Muhamad Fauzin Nur<sup>✉</sup>, Lilik Rahmawati

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

<sup>✉</sup>fauzinnmuhamad@gmail.com, lilikrahmawati@uinsby.ac.id

<https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.481>

Received: Feb 10, 2022 Revised: Mar 07, 2022 Accepted: Mar 18, 2022 Published: Apr 26, 2022

### ABSTRACT

*Financing is a banking product that is needed by society. As part of the business run by Bank Muamalat, financing during the pandemic is interesting to study, considering that the pandemic has had an impact on Islamic banking. This study aims to determine the performance and identification of internal and external conditions of financing at the Bank Muamalat Surabaya Darmo branch office using SWOT analysis. The study used a qualitative descriptive approach with SWOT as an analytical tool. Consists of two types of data, those are primary and secondary data obtained using interviews, observation, questionnaires, and documentation techniques. Data triangulation was done by interview method. The study results show that the financing performance at Bank Muamalat Surabaya Darmo branch office during the pandemic continued to run by focusing on the Islamic segment for the productive financing and consumptive financing channelled to Talang haji funds, multipurpose funds, and mortgages. The current financing position is in the first quadrant which supports the implementation of an aggressive strategy.*

*Keywords: Financing, SWOT Analysis, Bank Muamalat.*

### ABSTRAK

Pembiayaan menjadi produk perbankan yang dibutuhkan masyarakat. Sebagai bagian bisnis yang dijalankan Bank Muamalat, pembiayaan dimasa pandemi menjadi menarik untuk dikaji, mengingat pandemi berdampak pada perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja serta identifikasi kondisi internal dan eksternal pembiayaan di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan SWOT sebagai alat analisis. Terdiri dari dua jenis data yaitu primer dan sekunder yang diperoleh menggunakan teknik wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Triangulasi data dilakukan dengan metode wawancara. Hasil penelitian menunjukkan kinerja pembiayaan di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo pada masa pandemi tetap berjalan dengan mefokuskan pada segmen *Islamic* untuk pembiayaan produktif dan pembiayaan konsumtif disalurkan pada dana talang haji, multiguna, serta KPR. Posisi pembiayaan saat ini berada pada kuadran pertama yang mendukung penerapan strategi agresif.

Kata Kunci: Pembiayaan, Analisis SWOT, Bank Muamalat.



## PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 memberikan dampak multisektoral salah satunya pada perekonomian secara global termasuk perekonomian Indonesia (OJK 2020). Pandemi berdampak bagi perekonomian diakibatkan adanya upaya pencegahan penyebaran virus melalui kebijakan yang diterapkan di Indonesia yang diawali dengan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) (Samudro and Madjid 2020). Saat ini kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) diterapkan dengan menyesuaikan pada tingkat penyebaran covid-19 pada masing-masing wilayah (Moegiarso 2021). Data badan pusat statistik (BPS) menunjukkan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) Indonesia selama 2020 kuartal I sebesar 2,97%, dan pada kuartal II sebesar -5,32%, serta pada kuartal III sebesar -3,49% (BPS 2021), data pertumbuhan PDB tahun 2020 menunjukkan adanya perubahan signifikan, hal ini membawa Indonesia secara resmi memasuki masa resesi pada kuartal tiga tahun 2020 (Sembiring 2020). Secara spesifik dampak pandemi covid-19 pada sektor ekonomi menasar lembaga keuangan bank dan non bank, baik bank syariah maupun bank konvensional. Setiap lembaga keuangan bank dituntut untuk berupaya mempertahankan kegiatan bisnisnya di tengah krisis akibat pandemi. Risiko yang dihadapi oleh perbankan syariah lebih besar jika dibandingkan dengan bank konvensional. Hal ini dikarenakan perbankan dengan menggunakan prinsip syariah yang menerapkan sistem bagi hasil dengan nasabah.

Pandemi berdampak pada terhambatnya aktivitas pembiayaan akibat menurunnya mobilitas masyarakat. Dilain sisi saat ini pemerintah tengah mencanangkan Indonesia menjadi pusat ekonomi syariah dunia, yang dilatar belakangi oleh adanya potensi ekonomi syariah di Indonesia. Populasi penduduk muslim yang mendominasi dimana populasi penduduk muslim sebanyak 87,2%, keuangan syariah saat ini menduduki peringkat ke- 4 dunia, aset keuangan syariah menempati peringkat 7 dunia serta adanya berbagai peluang untuk merealisasikan rencana ini (KNEKS 2020). Rencana pemerintah ini mendorong peningkatan jumlah perbankan syariah di Indonesia. Peningkatan jumlah perbankan syariah mendorong persaingan industri yang semakin ketat (Khasanah and Muamar 2020). Salah satu bank syariah yang beroperasi di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia yang saat ini telah memiliki 249 cabang di seluruh Indonesia, salah satunya kantor cabang Surabaya Darmo (OJK 2021). Berdasarkan laporan perusahaan tahun 2020, *non performing financing (NPF)* terakhir tercatat sebesar 3,95% secara *yoy*. *NPF* Bank Muamalat selama masa pandemi mengalami peningkatan dimana pada triwulan I, II, dan III 2020 rata-rata *NPF* sebesar 5,67% (Pringgabayu, Afgani, and Ricederia 2021). Namun permasalahan lain yang dihadapi Bank Muamalat berupa penurunan dari sisi pembiayaan yang diakibatkan karena kualitas aset yang tidak baik, penurunan jumlah dana pihak ketiga (DPK) sebesar 19%. Bank Muamalat Indonesia mengalami krisis pada modal, keuangan, manajemen, dan *leadership* (Mihajat 2021).

Dalam menghadapi tantangan dimasa pandemi Bank Muamalat mendapat dukungan dari Pemerintah yang disampaikan Wakil Presiden Indonesia KH. Ma'ruf Amin yang kemudian direalisasikan dalam bentuk dukungan permodalan melalui badan pengelola keuangan haji (BPKH) berupa suntikan modal sebesar 3 Triliun rupiah pada November 2021. Hal ini berpengaruh pada komposisi



kepemilikan saham Bank Muamalat Indonesia yang saat ini 78,45% saham dipegang oleh BPKH (Iskana 2021). Pembahasan dalam penelitian ini mengenai pembiayaan yang meliputi pembiayaan produktif dan pembiayaan konsumtif yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia. Penelitian ini menjadikan produk pembiayaan sebagai objek penelitian karena produk pembiayaan menjadi produk yang paling diminati masyarakat, serta berkontribusi besar pada pendapatan bank.

Analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini karena merupakan alat analisis yang tepat serta memiliki kesesuaian dengan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Penggunaan analisis SWOT bertujuan untuk melakukan konstruksi atau penyusunan strategi bisnis, dimana strategi bisnis yang ditemukan selanjutnya diolah dengan menggunakan metode kualitatif serta menggunakan analisis matrik SWOT. Strategi ini dilakukan untuk melakukan identifikasi bisnis yang dijalankan Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo yang selanjutnya dapat digunakan untuk menentukan arah kebijakan serta penguatan Bank Muamalat agar menjadi lebih kompetitif dan mampu menghadapi persaingan industri yang semakin ketat, serta dapat menjadi *market leader* pada industri perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan identifikasi pada kinerja produk pembiayaan produktif dan konsumtif serta melakukan identifikasi strategi yang saat ini digunakan Bank Muamalat dalam menjalankan kegiatan bisnis di tengah pandemi covid-19.

## TELAAH LITERATUR

### Pembiayaan di Bank Syariah

Perbankan merupakan sebuah lembaga yang menjalankan tiga fungsi utama yakni menerima simpanan uang, memberikan pinjaman, serta memberikan layanan jasa pengiriman uang (Simatupang 2019). Sistem perbankan telah ada sejak masa Rasulullah saw yang mana dalam sejarah perkembangan ekonomi Islam, praktik pembiayaan dilakukan dengan menerapkan akad sesuai dengan syariah menjadi bagian dari tradisi karena telah dilaksanakan sejak zaman Rasulullah saw. Praktik lain yang saat ini ada diperbankan seperti pinjaman uang untuk kepentingan konsumtif maupun keperluan produktif, titipan harta, dan pengiriman uang juga telah ada dan dilaksanakan sejak zaman Rasulullah saw (Agustin 2021). Bank syariah merupakan sistem perbankan yang menerapkan prinsip-prinsip Islam. Bank syariah merupakan bank yang menjadi impian umat Islam. Bank syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit serta jasa-jasa didalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah atau Islam (Ismail 2013).

Produk pembiayaan diartikan sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan biaya (Kemdikbud 2016). Antonio (2004) mendefinisikan terkait pembiayaan dimaknai sebagai tugas pokok lembaga keuangan bank melalui pemberian fasilitas kepada masyarakat sebagai pihak yang membutuhkan atau *deficit unit* berupa dana yang dikeluarkan baik untuk mendukung kegiatan investasi baik perorangan maupun kelompok atau instansi. Kualitas pada produk pembiayaan diukur dari kemampuan nasabah dalam melakukan pembayaran pembiayaan yang dilakukan. Dimana kualitas pembiayaan dibagi menjadi lima bagian yaitu: lancar, dalam perhatian khusus, kurang lancar, diragukan, dan macet. Kualitas pembiayaan sendiri diartikan sebagai tolok ukur untuk menilai



tingkat kemungkinan diterimanya kembali dana yang ditanamkan dalam aktiva produktif (pokok termasuk bunga) berdasarkan kriteria tertentu. Di Indonesia, kualitas pembiayaan dinilai berdasarkan tingkat ketertagihannya, yaitu lancar, dalam perhatian khusus, kurang lancar, diragukan, atau macet (*earnings asset quality*) (Jurana and Rahman 2014). Sedangkan pembiayaan dengan kategori lancar diartikan ketika pembayaran angsuran dan margin tepat waktu, tidak ada tunggakan, sesuai dengan persyaratan akad, selalu menyampaikan laporan keuangan secara teratur dan akurat, secara dokumentasi perjanjian piutang lengkap dan pengikatan agunan kuat (Usanti 2013).

Pembiayaan produktif didefinisikan sebagai kredit atau pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dengan tujuan sebagai alat untuk memperlancar kegiatan produksi atau mengembangkan kegiatan usaha. Pembiayaan produktif dapat diumpamakan pembiayaan yang diberikan kepada pelaku usaha yang diberikan oleh pihak bank. Selanjutnya pelaku usaha dengan dana dari hasil pembiayaan untuk kepentingan pembelian mesin atau alat produksi (Sudrajat and Sodik 2018). Pembiayaan produktif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pembiayaan yang diberikan bank syariah kepada nasabah yang peruntukannya sebagai modal kerja.

Pembiayaan konsumtif merupakan pembiayaan yang dilakukan untuk tujuan pemenuhan kebutuhan konsumtif serta akan habis untuk memenuhi kebutuhan, umumnya pembiayaan konsumtif dilakukan perorangan (Karim 2010). Beberapa bentuk pembiayaan konsumtif yang dilakukan hampir memiliki kesamaan antara bank satu dengan bank lain. Dimana bentuk pembiayaan konsumtif yang ditawarkan bank kepada nasabah dapat berupa pembiayaan multiguna, pembiayaan kepemilikan kendaraan, pembiayaan kepemilikan rumah (KPR), dan bentuk pembiayaan konsumtif yang lain (Bank Jatim 2021). Pembiayaan konsumtif diartikan sebagai pembiayaan yang diberikan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, dan diperuntukkan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Pengertian lain tentang konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan hidup. Konsumsi juga dimaknai sebagai segala bentuk penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup (Ilyas 2016).

### Analisis SWOT

Analisis SWOT didefinisikan sebagai metode identifikasi yang digunakan untuk berbagai faktor yang dilakukan untuk menciptakan sebuah strategi, dimana dalam analisis ini terdapat empat faktor pokok yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) (Kotler and Keller 2016). Analisis SWOT dirasa menjadi pilihan yang tepat ketika sebuah perusahaan hendak menemukan atau menciptakan strategi baru yang akan digunakan untuk mengembangkan perusahaan (Rangkuti 2017). Analisis SWOT digunakan untuk mengukur kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta peluang dan hambatan yang dihadapi perusahaan (Christianto 2017).

Analisis SWOT menjadi salah satu cara untuk melakukan pengamatan perusahaan baik melalui lingkungan internal maupun eksternal perusahaan (Phadernod, Crowder, and Wills 2019), pelaksanaan analisis yang tepat dapat menghasilkan strategi efektif yang dapat digunakan sebagai alat untuk meminimalisir ancaman dan kelemahan. Selain itu juga dapat berpengaruh dalam



memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Berdasarkan pada pemaparan terkait analisis SWOT maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan analisis SWOT dilakukan adalah untuk memperoleh informasi terkait situasi perusahaan sehingga selanjutnya dapat dirumuskan strategi yang digunakan untuk meminimalisasi kelemahan dan ancaman serta memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki (Kotler and Keller 2016).

Analisis SWOT tersaji dalam bentuk kuadran, dimana terdapat empat kuadran yakni: (a) Kuadran I merupakan gabungan antara kekuatan dengan peluang yang menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan adalah mendukung strategi agresif; (b) Kuadran II merupakan gabungan antara kekuatan yang berasal dari internal dan ancaman yang berasal dari eksternal. Sehingga strategi yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan mendukung strategi diversifikasi; (c) Kuadran III merupakan gabungan unsur internal yakni kelemahan dan unsur eksternal yakni peluang sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan perusahaan adalah memaksimalkan peluang dan meminimalkan ancaman atau mendukung strategi yang disebut *turn around*; (d) Kuadran IV menjadi posisi sulit bagi perusahaan karena merupakan gabungan antara unsur kelemahan yang bersumber dari internal dan unsur ancaman yang berasal dari eksternal perusahaan sehingga strategi yang dapat diterapkan perusahaan adalah strategi defensif (Rangkuti 2018).

Analisis SWOT dilakukan dengan menggunakan hasil identifikasi kondisi internal dan eksternal sebuah institusi maupun perusahaan. Hasil tersebut merupakan identifikasi dari sisi internal dan eksternal, sehingga perlu dilakukan penyusunan strategi yang disajikan dalam bentuk matrik dengan empat opsi strategi (Sammut-Bonnici and Galea 2015). Penyusunan matrik SWOT dilakukan untuk menentukan strategi yang akan ditetapkan oleh perusahaan. Penyusunan matrik diawali dengan melakukan pengelompokan atau klasifikasi internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan sedangkan dari sisi eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, langkah selanjutnya dengan melakukan pembobotan atau *scoring* (Sukoco and Anshori 2020). Alternatif strategi yang dilaksanakan dengan berdasarkan pada hasil identifikasi pada hasil identifikasi internal dan eksternal perusahaan. Alternatif strategi tersaji dalam bentuk matrik dan mendeskripsikan empat pilihan strategi (Sammut-Bonnici and Galea 2015). Analisis SWOT dengan menggunakan pendekatan kualitatif dapat menghasilkan alternatif strategi yang dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk diterapkan dengan memperhatikan pada keterkaitan antara satu faktor dengan faktor lain di dalam SWOT (Rangkuti 2018). Hubungan pada setiap faktor SWOT dapat menghasilkan beberapa alternatif sebagai berikut: alternatif strategi *Strength-Opportunity*, *Strength-Threat*, *Weakness-Opportunity*, dan *Weakness-Threat*. Masing-masing strategi dalam matrik SWOT tersebut memiliki cara berbeda untuk dapat meningkatkan kinerja suatu organisasi (Rangkuti 2018).

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan SWOT sebagai alat analisis, yang mana penelitian dilaksanakan di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang (KC) Surabaya Darmo yang terletak di Jl. Raya Darmo, Kaputran, No. 81 Surabaya.



Sumber data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer penelitian mencakup hasil wawancara, observasi dan kuesioner dari pihak internal dan pihak eksternal. Pihak internal terdiri dari *RM Financing SME, RM Financing Consumer, RM Funding, dan Collection* serta nasabah sebagai pihak eksternal. Sedangkan data sekunder penelitian meliputi buku, jurnal, serta website resmi dan berita yang berkaitan dengan topik penelitian, khususnya yang berkaitan dengan perbankan syariah, produk pembiayaan, dan analisis SWOT. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis SWOT baik secara kualitatif dengan menganalisis faktor-faktor SWOT maupun secara kuantitatif dengan menghitung bobot dan rating.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

### Analisis SWOT PT. Bank Muamalat KC. Surabaya Darmo

Dalam melakukan analisis pada pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo pada masa pandemi dengan menggunakan analisis SWOT, sebagai berikut: (1) *Strength* (kekuatan) merupakan sumber daya, keunggulan, maupun keterampilan yang berkaitan dengan kompetitor perusahaan serta kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan. Kekuatan atau *strength* menjadi kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi PT. Bank Muamalat KC Surabaya Darmo. Kekuatan dapat termuat dalam *image* produk yang positif di tengah masyarakat, teknologi yang digunakan dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi, kepemimpinan pasar yang tinggi serta mayoritas umat Islam di wilayah perusahaan beroperasi. Kekuatan meliputi: (a) Produk pembiayaan kompetitif; (b) Kualitas pembiayaan yang bagus; (c) Pimpinan dan manajemen *supportif*; (d) Perbankan murni syariah.

(2) *Weakness* (kelemahan) merupakan faktor keterbatasan atau kekurangan sumber daya keterampilan yang dapat menghambat kinerja perusahaan. Kelemahan meliputi beberapa hal seperti *image* produk yang ditawarkan masih lemah, kurangnya variasi produk sesuai kebutuhan masyarakat, serta keterampilan pemasaran. Kelemahan yang dimiliki antara lain: (a) *Pricing* lebih mahal; (b) Persyaratan dan proses pemberian pembiayaan.

(3) *Opportunity* (peluang) merupakan situasi yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Beberapa contoh peluang antara lain, adanya fatwa Majelis Ulama Indonesia terkait bunga bank haram, preferensi nasabah sangat positif terhadap penerapan prinsip Syariah, sehingga menjadi potensi pengembangan bisnis ke depan serta menjadi peluang bagi Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo. Peluang yang dimiliki antara lain meliputi: (a) Penyaluran pembiayaan dimasa pandemi; (b) Kebutuhan masyarakat akan pembiayaan baik produktif maupun konsumtif.

(4) *Threat* (ancaman) merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Bentuk ancaman dapat berupa persaingan, pilihan produk bank pesaing yang lebih variatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar serta memiliki keunggulan komparatif dapat menjadi. Ancaman yang ditemukan di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo berupa agresivitas kompetitor.



Analisis SWOT menjadi strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya saing Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo dalam menghadapi persaingan dengan bank-bank lain. Dengan adanya penyusunan penerapan strategi SWOT perusahaan dapat digunakan untuk menentukan arahan kebijakan serta strategi yang akan digunakan, agar dapat meningkatkan daya saing Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo serta kegiatan bisnis dapat berjalan lancar, lebih kuat dalam mencapai suatu tujuan perusahaan.

### **Strategi IFAS dan EFAS PT. Bank Muamalat KC. Surabaya Darmo Pada Masa Pandemi**

Tahapan yang dilakukan setelah melakukan identifikasi pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman adalah pembobotan yang berdasarkan pada hasil pengisian kuesioner yang terdiri dari bobot dan rating. Perhitungan matrik SWOT dilakukan dengan menggunakan bobot dan rating, dimana untuk bobot nilai totalnya sama yaitu satu. Sedangkan untuk rating dibagi menjadi dua yakni faktor bernilai positif (kekuatan dan peluang) dan faktor bernilai negatif (kelemahan dan ancaman). Pada faktor bernilai positif nilai empat merupakan nilai terbesar sedangkan nilai satu merupakan nilai terkecil. Pada faktor bernilai negatif nilai empat menjadi nilai terendah yang berarti semakin sedikit ancaman semakin besar nilai yang diberikan. Perhitungan *internal factor analysis strategi (IFAS)* dan *external strategic factor summary (EFAS)* yang merupakan faktor-faktor strategis dari sisi internal dan eksternal perusahaan.

Berdasarkan Tabel 1, produk pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat Kantor Cabang Surabaya Darmo menghasilkan nilai sebesar 2,29. Dengan menggunakan perhitungan bobot dan rating dengan perhitungan pada faktor-faktor di internal maka diperoleh nilai bahwa faktor internal pada nilai kekuatan perusahaan (*strength*) diperoleh nilai sebesar 2,81, sedangkan nilai faktor internal lain yaitu kelemahan pada produk pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat Kantor Cabang Surabaya Darmo menghasilkan nilai sebesar 0,51. Sehingga hasil perhitungan tersebut selanjutnya menghasilkan nilai sebesar 2,29 yang merupakan hasil perhitungan dari  $2,81 - 0,51$ , sehingga nilai faktor internal ini menunjukkan jika produk pembiayaan produktif dan konsumtif menghasilkan nilai positif sebesar 2,29, sehingga sisi internal cenderung produk pembiayaan produktif dan konsumtif dimasa pandemi memiliki nilai kekuatan (*strength*) lebih besar dibandingkan dengan nilai kelemahannya.

*EFAS* merupakan perhitungan atau pembobotan faktor eksternal, meliputi peluang dan ancaman pada produk pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo pada masa pandemi. Berdasarkan pada hasil perhitungan yang termuat dalam Tabel 2 diperoleh informasi bahwa nilai total perhitungan memperoleh nilai sebesar 1,98. Hal tersebut bermakna bahwa nilai yang ada pada faktor eksternal memiliki nilai positif.



**Tabel 1. Internal Factor Analysis Strategi (IFAS)**

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<i>Strength (S)</i>				
1	Produk pembiayaan produktif dan konsumtif yang ditawarkan unggul di pasaran (S1)	0,1125	3,5	0,3937
2	Kualitas dan kuantitas pembiayaan produktif dan konsumtif apakah dapat membantu peningkatan volume pendapatan (S2)	0,125	3,75	0,4687
3	Kualitas sales dapat membantu meningkatkan penjualan (S3)	0,1025	3,5	0,3587
4	Dukungan pimpinan dalam mendorong semangat sales team (S4)	0,1075	3,75	0,4031
5	Bank Muamalat memiliki fasilitas <i>reaserch and devlopment</i> yang mumpuni (S5)	0,1025	3,25	0,3331
6	Manajemen Bank Muamalat memberikan dukungan maksimal kepada bagian sales untuk meningkatkan penjualan (S6)	0,1125	3,75	0,4218
7	Strategi bisnis yang diterapkan dapat mengatasi tantangan masa pandemi (S7)	0,115	3,75	0,4312
<b>Sub Total</b>		<b>0,7775</b>		<b>2,8103</b>
<i>Weakness (W)</i>				
		<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai Skor</b>
1	Produk pembiayaan produktif dan konsumtif kurang diminati nasabah (W1)	0,0325	3	0,0975
2	Kualitas produk pembiayaan produktif dan konsumtif rendah (W2)	0,0375	2,25	0,0843
3	Penurunan permintaan pembiayaan produktif dan konsumtif pada masa pandemi (W3)	0,065	2,5	0,1625
4	Strategi bisnis saat ini perlu dilakukan perbaikan (W4)	0,0875	2	0,175
<b>Sub Total</b>		<b>0,225</b>		<b>0,519375</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>2,2909</b>

Sumber: data olahan

**Tabel 2. Eksternal Factor Analysis Strategi (EFAS)**

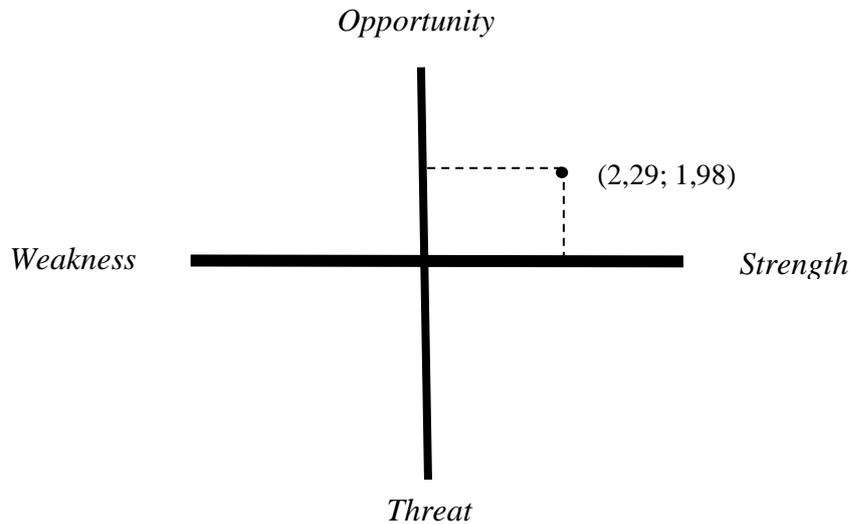
No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<i>Opportunity (O)</i>				
1	Peluang bisnis dari produk pembiayaan produktif dan konsumtif pada masa pandemi di Bank Muamalat (O1)	0,6125	3,5	0,56875
2	Persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan produktif dan konsumtif pada masa pandemi di Bank Muamalat (O2)	0,48	3	0,275
3	Kebutuhan dari nasabah akan layanan pembiayaan produktif yang cepat dan tepat (O3)	0,6562	3,5	0,525
4	Perkembangan ekonomi syariah mendorong terjadinya peningkatan peminat perbankan syariah (O4)	0,7031	3,75	0,609375
<b>Sub Total</b>		<b>1</b>		<b>2,4518</b>
<i>Threat (T)</i>				
		<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai Skor</b>
1	Perubahan perilaku konsumen atau nasabah pada masa pandemi (T1)	0,2212	1,5	0,28125
2	Agresivitas kompetitor yang tinggi (T2)	0,2493	1,75	0,2375
<b>Sub Total</b>		<b>0,4705</b>		<b>0,4706</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>1,9813</b>

Sumber: data olahan



Ulasan pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan posisi strategis pembiayaan di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo yang diawali dengan melakukan identifikasi dan pemetaan melalui studi teoritis dan empiris serta analisis SWOT dengan perspektif kualitatif dan kuantitatif. Penyusunan alternatif strategi dilaksanakan dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil perhitungan bobot dan rating pada sisi internal dan eksternal selanjutnya tersaji pada Gambar 1.

**Gambar 1. Posisi Strategis Bisnis Pembiayaan**



Sumber: data olahan

Hasil perhitungan pada bobot dan rating pada produk pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo dimasa pandemi yang dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini tersaji dalam diagram SWOT pada Gambar 1 yang menunjukkan titik temu antara sisi internal dengan sisi eksternal berada pada posisi kuadran 1. Situasi pada kuadran 1 merupakan situasi yang menguntungkan karena selain adanya kekuatan dari sisi internal juga terdapat peluang dari sisi eksternal, sehingga peluang yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk mendukung kebijakan *growth oriented strategy* atau kebijakan pertumbuhan yang agresif (Rangkuti 2017). Namun dalam kondisi ini juga perlu adanya penerapan prinsip kehati-hatian mengingat situasi dimasa pandemi dan perekonomian yang baru saja mengalami pemulihan. Posisi pembiayaan produktif dan konsumtif saat ini memiliki kekuatan dan peluang besar namun dilain sisi bisnis pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo tidak terlepas dari pekerjaan rumah, sehingga harus terus berupaya untuk menyelesaikan menguraikan kelemahan dan ancaman yang dimiliki kemudian dapat memanfaatkan peluang pasar.

Hasil perhitungan pada bobot dan rating yang tersaji dalam Gambar 1 menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada di kuadran 1. Berdasarkan teori yang berkaitan dengan kuadran dalam matrik SWOT maka dapat dikatakan bahwa pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya

Darmo pada masa pandemi ini berada pada situasi mendukung strategi agresif, yang mana posisi kuadran turut menentukan strategi yang tepat untuk diterapkan. Alasan strategi agresif cenderung tepat diterapkan pada bisnis ini, adalah sebagai berikut: *Pertama*, kegiatan bisnis berupa pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat terus disalurkan meskipun dimasa pandemi. Hal ini dilakukan dengan disertai dengan menerapkan prinsip kehati-hatian serta upaya menjaga amanah depositan untuk memberikan pembiayaan kepada pihak yang tepat dengan melalui pemberian persyaratan serta proses yang panjang untuk mencegah terjadinya gagal bayar. *Kedua*, bisnis pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo memiliki peluang dari sisi eksternal dan kekuatan dari sisi internal, maka seharusnya *growth oriented strategy* diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang ada juga dengan kekuatan yang dimiliki.

### Strategi Matrik SWOT PT. Bank Muamalat KC. Surabaya Darmo Pada Masa Pandemi

Tabel 3. Hasil Wawancara Penelitian

<i>IFAS</i>	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<i>EFAS</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk pembiayaan produktif dan konsumtif unggul di pasaran (S1)</li> <li>2. Kualitas dan kuantitas pembiayaan membantu meningkatkan pendapatan (S2)</li> <li>3. Pimpinan dan <i>management supportif</i> (S3)</li> <li>4. Strategi bisnis yang tepat (S4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penurunan pembiayaan dimasa pandemi (W1)</li> <li>2. <i>Pricing</i> atau <i>rate</i> lebih tinggi (W2)</li> <li>3. Persyaratan pembiayaan lebih detail (W3)</li> <li>4. Proses pembiayaan lebih lama (W4)</li> </ol>
	<i>Opportunity</i>	<i>SO</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peluang bisnis masa pandemi (O1)</li> <li>2. Perspektif positif nasabah (O2)</li> <li>3. Kebutuhan nasabah (O3)</li> <li>4. Pertumbuhan ekonomi syariah (O4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggalakkan pemasaran (S1, S2, S3, S4, O1, O2, O3, O4)</li> <li>2. Meningkatkan kapasitas dan volume pembiayaan (S1, S2, O1, O2, O3)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisa kondisi calon nasabah (W1, O1, O2, O3)</li> <li>2. Meningkatkan kompetensi <i>marketer</i> (O2, O3, O4, O1, O2, O3).</li> </ol>
<i>Threat</i>	<i>ST</i>	<i>WT</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perubahan perilaku konsumen (T1)</li> <li>2. Agresivitas kompetitor tinggi (T2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fokus utama pada <i>existing customer</i> (S1, S2, S3, T1, T2)</li> <li>2. Meningkatkan kompetensi dan kemampuan <i>marketer</i> (S1, S2, S3, T1, T2).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan peningkatan layanan dan memberikan keuntungan dan keunggulan lebih.</li> </ol>

Sumber: data olahan

Identifikasi dan kajian pada faktor-faktor yang ada didasarkan pada empat faktor SWOT yaitu *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) yang diperoleh melalui metode wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi dengan internal Bank Muamalat kantor



cabang Surabaya Darmo yang selanjutnya disusun matrik SWOT untuk mengetahui situasi pada bisnis pembiayaan produktif dan konsumtif yang saat ini dijalankan yang selanjutnya disusun alternatif strategi sebagai usulan strategi dalam menjalankan kegiatan bisnis pembiayaan produktif dan konsumtif. Dalam matrik SWOT terdapat empat alternatif strategi dengan menggunakan analisis SWOT, yakni strategi *Strength-Opportunity* (SO) yang merupakan gabungan dari faktor kekuatan yang berasal dari internal dan faktor peluang yang berasal dari eksternal, strategi *Weakness-Opportunity* (WO) yang merupakan gabungan dari faktor kelemahan dari sisi internal dan faktor peluang dari sisi eksternal, strategi *Strength-Threat* (ST) yang merupakan gabungan dari faktor kekuatan berasal dari sisi internal dan faktor ancaman yang berasal dari sisi eksternal, serta yang terakhir strategi *Weakness-Threat* (WT) yang merupakan gabungan antara faktor kelemahan yang berasal dari sisi internal dan faktor ancaman yang berasal dari sisi eksternal. Penjelasan terkait masing-masing strategi tersebut dijabarkan sebagai berikut: (1) Strategi *Strength Opportunity* (SO) merupakan integrasi antara faktor kekuatan dengan faktor peluang menghasilkan strategi sebagai berikut: (a) Menggalakkan pemasaran, pemasaran produk pembiayaan produktif dan konsumtif digalakkan. Adanya perubahan perilaku konsumen dalam hal ini nasabah, maka kebijakan yang perlu dilakukan adalah dengan meningkatkan promosi produk pembiayaan produktif dan konsumtif dengan tetap menerapkan prinsip kehati-hatian dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah dimasa pandemi ini; (b) Meningkatkan kapasitas dan volume pembiayaan, kebutuhan masyarakat akan pembiayaan baik dalam hal produktif dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan volume pembiayaan, sedangkan untuk kualitas pembiayaan dimasa pandemi dapat dijaga dengan melakukan analisis potensi perkembangan usaha pasca pandemi, sehingga dapat diantisipasi terkait gagal bayar nasabah.

(2) Strategi *Weakness Opportunity* (WO) merupakan integrasi antara faktor kelemahan dengan faktor peluang menghasilkan strategi sebagai berikut: (a) Analisa kondisi calon nasabah, Analisa mendalam pada nasabah atau calon nasabah dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui situasi dan kondisi nasabah yang akan melakukan pembiayaan, sehingga pembiayaan dapat diberikan pada pihak yang tepat; (b) Meningkatkan kompetensi *marketer*, untuk mengoptimalkan peluang dan meminimalkan peluang, selain dilakukan dengan menjaga loyalitas nasabah melalui kualitas produk dan layanan, juga tidak kalah penting untuk meningkatkan kompetensi *marketer* dalam menawarkan dan memasarkan serta melihat situasi di lapangan dalam hal pembiayaan baik produktif maupun konsumtif. Peningkatan kompetensi ini dapat dilakukan melalui *training* atau pelatihan. Karena dengan kualitas *marketer* dapat menimbulkan penilaian positif dari nasabah atau calon nasabah dan tidak memilih produk yang ditawarkan kompetitor.

(3) Strategi *Strength Threat* (ST) merupakan integrasi antara faktor kekuatan dengan faktor ancaman menghasilkan strategi sebagai berikut: (a) Fokus utama pada *existing customer*, adanya kekuatan dari sisi produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Muamalat baik pembiayaan produktif dan konsumtif yang dibarengi adanya agresivitas kompetitor dalam melakukan penetrasi pasar dan perubahan perilaku konsumen. Pada situasi ini kebijakan yang dapat diterapkan adalah dengan fokus pada *existing customer* yang mana merupakan aset bagi sebuah perusahaan termasuk bagi Bank Muamalat; (b) Meningkatkan kompetensi



dan kemampuan *marketer*, kompetensi dan kemampuan *marketer* dalam memasarkan produk pembiayaan ke masyarakat atau calon nasabah menjadi faktor penting dalam menghadapi situasi yang saat ini terjadi, sehingga perlu diadakan upaya peningkatan kompetensi dan kemampuan *marketer* melalui kegiatan *retraining* pada karyawan dan staf utamanya bidang pemasaran, selain itu memberikan intensif kepada karyawan yang berhasil dalam melakukan pemasaran serta penjualan produk juga menjadi salah satu meningkatkan semangat kerja karyawan.

(4) Strategi *Weakness Threat* (WT) merupakan integrasi antara faktor kelemahan dengan faktor ancaman menghasilkan strategi sebagai berikut: (a) Melakukan peningkatan layanan dan memberikan keuntungan dan keunggulan lebih, dalam menghadapi kelemahan dan ancaman pada produk pembiayaan produktif dan konsumtif kebijakan yang dapat diterapkan oleh Bank Muamalat seperti melakukan peningkatan pada layanan yang diberikan seperti dari proses pemasaran, syarat pembiayaan, dan proses pembiayaan atau lama sebetulnya proses pembiayaan, selain itu juga dapat memberikan keuntungan dan keunggulan lebih pada nasabah atau calon nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian dengan melihat hasil identifikasi pada kondisi internal dan eksternal selanjutnya hasil usulan strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan kebijakan untuk mendukung strategi agresif dengan memaksimalkan kekuatan yang ada dan peluang yang dimiliki. Bentuk strategi agresif yang dapat diterapkan adalah melalui menggalakan pemasaran dan meningkatkan volume pembiayaan.

## KESIMPULAN

Kinerja pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo dimasa pandemi mengalami penurunan secara kuantitas namun dari sisi kualitas pembiayaan di Bank Muamalat khususnya pada pembiayaan produktif tetap terjaga, penyaluran fokus pada segmen *Islamic* seperti Muhammadiyah dan turunan bisnis seperti bidang kesehatan dan pendidikan yang mana keduanya merupakan bidang yang tetap berjalan walaupun di tengah pandemi covid-19. Sedangkan pembiayaan konsumtif masih memiliki persepsi dan permintaan positif di tengah masyarakat utamanya produk multiguna. Posisi bisnis pembiayaan produktif dan konsumtif di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo pada masa pandemi masuk ke dalam kategori aman, karena proses pemberian pembiayaan produktif dan konsumtif dimasa pandemi masih berjalan dengan melakukan penyesuaian strategi yang digunakan seperti perpindahan dari kegiatan *laring* menjadi *daring*. Hasil perhitungan nilai *IFAS* sebesar 2,29 dan nilai *EFAS* sebesar 1,98 sehingga mendukung penerapan strategi agresif. Usulan strategi yang tepat untuk diterapkan di Bank Muamalat kantor cabang Surabaya Darmo berdasarkan identifikasi bisnis pada produk pembiayaan produktif dan konsumtif dimasa pandemi ini adalah dengan mendukung strategi agresif yang dilatar belakangi posisi bisnis pembiayaan produktif dan konsumtif berada pada kuadran satu serta faktor lain seperti adanya penambahan modal yang dilakukan BPKH di Bank Muamalat dan adanya persepsi positif nasabah serta permintaan nasabah akan produk pembiayaan.



Keterbatasan penelitian berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian, sehingga diharapkan dapat mejadi perbaikan bagi peneliti yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain: objek penelitian hanya fokus pada produk pembiayaan produktif dan konsumtif, dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden tidak selalu menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini dapat terjadi disebabkan beberapa hal seperti perbedaan pemahaman, pemikiran, dan anggapan serta faktor lain seperti kejujuran dalam memberikan informasi yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk melihat dan menilai setiap perubahan perilaku informan atau responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Hamdi. 2021. "Teori Bank Syariah." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2 (1): 67–83. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2004. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Bank Jatim. 2021. "Konsumtif Dan Produktif." [Bankjatim.Co.Id. 2021. https://bankjatim.co.id/id/syariah/pembiayaan/konsumtif-produktif](https://bankjatim.co.id/id/syariah/pembiayaan/konsumtif-produktif).
- BPS. 2021. "Laju Pertumbuhan PDB Menurut Pengeluaran (Persen)." *Bps.Go.Id*. <https://www.bps.go.id/indicator/169/108/1/-seri-2010-laju-pertumbuhan-pdb-menurut-pengeluaran.html>.
- Chrismastianto, Imanuel Adhitya Wulanata. 2017. "Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 20 (1): 137. <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.641>.
- Ilyas, Rahmat. 2016. "Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* 1 (1): 152–72. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/367>.
- Iskana, Febrina Ratna. 2021. "Bank Mualamat Segera Dapat Suntikan Rp 3 Triliun Dari Badan Dana Haji." *Katadata.Co.Id*. March 2021. <https://katadata.co.id/febrinaiskana/berita/604de8ca41d51/bank-mualamat-segera-dapat-suntikan-rp-3-triliun-dari-badan-dana-haji>.
- Ismail, Ismail. 2013. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Jurana, Jurana, and Arif Rahman. 2014. "Pengaruh Kualitas Pembiayaan Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Efektivitas Pendapatan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Palu." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 3 (2): 1100–1122. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/4053>.
- Karim, Adiwarman. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan, Edisi Empat*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kemdikbud. 2016. "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)." *Kemdikbud.Go.Id*. 2016. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
- Khasanah, Uswatun, and Afif Muamar. 2020. "Diferensiasi Dan Tingkat Pemahaman Produk, Serta Kualitas Sumber Daya Manusia Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah." *Nisbah: Jurnal Perbankan*



- Syariah 6 (1): 15–22. <https://doi.org/10.30997/jn.v6i1.2104>.
- KNEKS. 2020. “Menuju Visi Indonesia Pusat Ekonomi Syariah Dunia.” Knks.Go.Id. 2020. [https://knks.go.id/storage/upload/1608025949-Siaran Pers Acara Internasional 15122020.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1608025949-Siaran%20Pers%20Acara%20Internasional%2015122020.pdf).
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edited by Stephanie Wall. 15th ed. United States of America: Pearson.
- Mihajat, Muhammad Iman Sastra. 2021. “Strategi Menyelamatkan Bank Muamalat Indonesia.” Kompas.Com. Jakarta. July 2021. <https://money.kompas.com/read/2021/07/12/123200726/strategi-menyelamatkan-bank-muamalat-indonesia?page=all>.
- Moegiarso, Susiwijono. 2021. “Penerapan PPKM Untuk Mengendalikan Laju Covid-19 Dan Menjaga Kehidupan Masyarakat.” Ekon.Go.Id. 2021. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3159/penerapan-ppkm-untuk-mengendalikan-laju-covid-19-dan-menjaga-kehidupan-masyarakat>.
- OJK. 2020. “Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020.” Ojk.Go.Id. Jakarta. 2020. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-\(LPKSI\)-2020-.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-(LPKSI)-2020-.aspx).
- . 2021. “Statistik Perbankan Syariah.” Ojk.Go.Id. Jakarta. 2021. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/default.aspx>.
- Phadermrod, Boonyarat, Richard M. Crowder, and Gary B. Wills. 2019. “Importance-Performance Analysis Based SWOT Analysis.” *International Journal of Information Management* 44 (February): 194–203. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>.
- Pringgabayu, Dematria, Kurnia Fajar Afgani, and Alda Ricederia. 2021. “Perbedaan NPF Dan FDR Bank Muamalat Antara Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19.” *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)* 4 (2): 57–69. <https://doi.org/10.32483/maps.v4i2.59>.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Teknik Membedah Kasus Bisnis: Analisis SWOT; Cara Perhitungan, Rating Dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- . 2018. *Analisis Swot-Teknik Membedah Kasus Bisnis. Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sammot-Bonnici, Tanya, and David Galea. 2015. “SWOT Analysis.” In *Wiley Encyclopedia of Management*, 1–8. Chichester, UK: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120103>.
- Samudro, Eko G, and M Adnan Madjid. 2020. “Pemerintah Indonesia Menghadapi Bencana Nasional Covid -19 Yang Mengancam Ketahanan Nasional.” *Jurnal Ketahanan Nasional* 26 (2): 132. <https://doi.org/10.22146/jkn.56318>.
- Sembiring, Lidya Julita. 2020. “BPS Umumkan PDB Q3-2020 Siang Ini, RI Resmi Resesi.” Cnbcindonesia.Com. November 2020. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201105090711-4-199403/bps-umumkan-pdb-q3-2020-siang-ini-ri-resmi-resesi>.
- Simatupang, H. Bachtiar. 2019. “Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia.” *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)* 6 (2): 136–46. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JRAM/article/view/2184>.



- Sudrajat, Anton, and Amirus Sodiq. 2018. "Pengaruh Pembiayaan Produktif Dan Konsumtif Perbankan Syari'ah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2013-2017." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5 (1): 157. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i1.2956>.
- Sukoco, Anton, and Yusak Anshori. 2020. "Strategi Untuk Meningkatkan Pasar Produk Alat Hispatologi (Merk Sakura): Studi Kasus PT. Fajar Mas Murni." *OECONOMICUS Journal of Economics* 4 (2): 118–45. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.4.2.118-145>.
- Usanti, Trisadini P. 2013. *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

