

Analisa Perencanaan Strategi BMT Nahdhatul Ummah Ciasem dengan Menggunakan Metode IFAS-EFAS

Shafira Nadhira Putri*, Mohamad Andri Ibrahim, Intan Manggala

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*shafiranadhip@gmail.com, andriibrahim@unisba.ac.id, intanmanggala267@gmail.com

Abstract. Baitul Maal Wat Tamwil is a Sharia Microfinance Institution (LKMS) whose function is to empower the community and also perform social functions. Facts on the ground show that many BMTs have sunk and disbanded due to various reasons. In order for BMT Nahdhatul Ummah Ciasem to continue to compete and survive, it is necessary to analyze internal and external situations which will later produce strategies for the progress of BMT. Researchers in their research formulate the formulation of the problem as follows: How are the factors of internal and external strategies at BMT Nahdhatul Ummah based on SWOT analysis; How is the strategic planning that can be applied by BMT Nahdhatul Ummah based on a SWOT analysis. The purpose of this research is to answer the problem formulation. This research is a qualitative research with a case study approach. The results of his research that the internal factor of BMT Nahdhatul Ummah on strength = 1,934 is greater than the value of weakness = 1,586. For external factors opportunities (opportunities) = 1.750 greater than the value of threats (threats) = 1.650. So the position of BMT Nahdhatul Ummah Ciasem by using a SWOT diagram and using a line equation calculation results in the position of BMT Nahdhatul Ummah being in quadrant I with a progressive strategy and supporting aggressive policies; The alternative strategy that must be carried out by BMT Nahdhatul Ummah Ciasem is based on the SWOT matrix, namely there are 4 sets of alternative strategies that can be applied by the company.

Keywords: *BMT, BMT Nahdhatul Ummah Ciasem, Strategy.*

Abstrak. Baitul Maal Wat Tamwil merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang berfungsi untuk memberdayakan masyarakat dan juga melakukan fungsi sosial. Fakta di lapangan menunjukkan banyak BMT yang tenggelam dan bubar disebabkan berbagai hal. Agar BMT Nahdhatul Ummah Ciasem dapat terus bersaing dan bertahan, maka diperlukannya analisis situasi internal dan eksternal yang nantinya akan menghasilkan strategi-strategi bagi kemajuan BMT. Peneliti dalam penelitiannya merumuskan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana faktor strategi internal dan eksternal di BMT Nahdhatul Ummah berdasarkan analisis SWOT; Bagaimanakah perencanaan strategi yang dapat diterapkan BMT Nahdhatul Ummah berdasarkan analisis SWOT. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu menjawab rumusan masalah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitiannya bahwa faktor internal BMT Nahdhatul Ummah pada kekuatan (strength) = 1,934 lebih besar dari nilai kelemahan (weakness) = 1,586. Untuk faktor eksternal peluang (opportunities) = 1,750 lebih besar dari nilai ancaman (threats) = 1,650. Maka posisi BMT Nahdhatul Ummah Ciasem dengan menggunakan diagram SWOT dan menggunakan perhitungan persamaan garis diperoleh hasil posisi BMT Nahdhatul Ummah berada pada kuadran I dengan strategi progresif dan mendukung kebijakan yang agresif; Strategi alternatif yang harus dijalankan BMT Nahdhatul Ummah Ciasem berdasarkan matriks SWOT yaitu ada 4 set alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan.

Kata Kunci: *BMT, BMT Nahdhatul Ummah Ciasem, Strategi.*

A. Pendahuluan

Baitul Maal Wat Tamwil atau biasa di sebut dengan BMT merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang berfungsi untuk memberdayakan masyarakat dan juga melakukan fungsi sosial.[1]

Pada saat ini, di Indonesia terdapat lebih dari 3000 BMT yang tersebar di seluruh penjuru nusantara. Jumlah ini pada satu pihak merupakan modal untuk perkembangan jaringan kelembagaan keuangan pengusaha kecil secara keseluruhan. Meskipun jumlah BMT itu cukup banyak, namun dalam perjalanannya, sering BMT yang telah tumbuh dan berkembang itu ada yang tumbang, gagal, rugi dan kemudian mati. Banyaknya BMT yang bermunculan dan tidak didukung oleh faktor-faktor yang mendukung BMT untuk terus berkembang yang menyebabkan banyak BMT yang tenggelam.

Fakta di lapangan menunjukkan banyak BMT yang tenggelam dan bubar disebabkan berbagai hal, antara lain karena manajemen yang kurang profesional, pengelola yang tidak amanah memunculkan ketidakpercayaan masyarakat sehingga memicu penarikan dana secara besar-besaran dan kesulitan modal.[2] Belum memadainya sumber daya manusia yang terdidik dan profesional, menyangkut manajemen sumber daya manusia dan pengembangan budaya serta jiwa wirausaha (entrepreneurship) bangsa kita yang masih lemah. Permodalan (dana) yang relatif kecil dan terbatas, adanya ambivalensi antara konsep syariah pengelolaan LKMS dengan operasionalisasi di lapangan, tingkat kepercayaan yang masih rendah dari umat Islam dan secara akademik belum terumuskan sempurna untuk mengembangkan lembaga keuangan syariah dengan cara sistematis dan proporsional. Kompleksitas persoalan tersebut menimbulkan dampak terhadap kepercayaan masyarakat tentang keberadaan LKMS khususnya BMT diantara lembaga keuangan konvensional.[3]

BMT Nahdhatul Ummah merupakan salah satu organisasi kerja yang memiliki visi, misi, tujuan, dan tata cara dalam pelaksanaannya. Agar BMT dapat terus bersaing dan bertahan, maka diperlukannya analisis situasi internal dan eksternal yang nantinya akan menghasilkan strategi-strategi bagi kemajuan BMT. Sebagai lembaga keuangan yang berdiri lama, pastinya BMT Nahdhatul Ummah memiliki banyak pesaing dalam menjalankan bisnis yang sama. Persaingan yang timbul tersebut harus dilakukan cara bagaimana BMT Nahdhatul Ummah menjalankan strategi bisnisnya. Adapun strategi yang bisa dilakukan adalah menggunakan analisis SWOT (strength, weakness, opportunities, threat). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dimiliki BMT Nahdhatul Ummah.[4] Serta membantu mengidentifikasi mengenai peluang yang seharusnya dikembangkan untuk menjawab tantangan dan permasalahan yang muncul sekarang dan juga di masa mendatang. Penelitian ini memberikan gambaran kondisi internal dan eksternal saat ini serta kondisi yang diharapkan sehingga dapat digunakan oleh manajemen BMT Nahdhatul Ummah sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan strategi yang tepat dalam meningkatkan kinerja organisasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana faktor strategi internal dan eksternal di BMT Nahdhatul Ummah berdasarkan analisis SWOT? dan Bagaimana perencanaan strategi yang dapat diterapkan di BMT Nahdhatul Ummah berdasarkan analisis SWOT?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk dapat menganalisis faktor strategi internal dan eksternal di BMT Nahdhatul Ummah berdasarkan analisis SWOT, Untuk dapat menganalisis perencanaan strategi yang dapat diterapkan BMT Nahdhatul Ummah berdasarkan analisis SWOT.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Penelitian studi kasus adalah penelitian yang meneliti fenomena kontemporer secara menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya, dengan menggunakan berbagai sumber data. Studi kasus bisa berarti metode atau strategi dalam penelitian, bisa juga berarti hasil dari suatu penelitian sebuah kasus tertentu. [5] Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah metode deskriptif analisis data menggunakan metode SWOT.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Evaluasi Faktor Strategis Internal dan Eksternal BMT Nahdhatul Ummah Ciasem

Berikut adalah evaluasi faktor strategis internal dan eksternal BMT Nahdhatul Ummah Ciasem. Evaluasi faktor strategis terdiri dari Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE), yaitu dengan cara memberikan nilai bobot dan peringkat pada masing-masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Hasil dari evaluasi tersebut adalah nilai yang diperoleh mempunyai derajat kepentingan relatif lebih tinggi dibandingkan faktor-faktor lainnya.

Tabel 1. Evaluasi Faktor Strategis Internal BMT Nahdhatul Ummah Ciasem

| FAKTOR STRATEGIS INTERNAL (IFE) | Bobot Penilaian | Urgensi Kepentingan | Bobot X Penilaian |
|---|------------------------|----------------------------|--------------------------|
| STRENGTHS | | | |
| 1) Memiliki karyawan yang berkualitas serta profesional di bidangnya | 0,067 | 3,5 | 0,236 |
| 2) Menjalankan sistem operasional syariah | 0,098 | 4,0 | 0,392 |
| 3) Memiliki budaya kerja yang baik | 0,074 | 3,3 | 0,247 |
| 4) Memiliki manajemen yang baik dalam segala kegiatan/operasional kantor | 0,077 | 3,7 | 0,283 |
| 5) Mudah dan Nyaman dalam melakukan transaksi di kantor BMT | 0,091 | 4,0 | 0,365 |
| 6) Memiliki jaringan kerjasama yang baik antar lembaga | 0,065 | 2,8 | 0,185 |
| 7) BMT memiliki modal untuk mengembangkan lembaga keuangan | 0,068 | 3,3 | 0,226 |
| TOTAL | | | 1,934 |
| WEAKNESS | | | |
| 1) Belum lengkapnya peraturan pelaksanaan pengelolaan dana, termasuk SOP | 0,045 | 3,3 | 0,152 |
| 2) Banyaknya pesaing (lembaga keuangan lainnya) yang menawarkan angsuran lebih murah dan produk lebih lengkap | 0,088 | 3,8 | 0,338 |
| 3) Kompetensi SDM yang kurang memahami system pengelolaan dana syariah | 0,062 | 3,3 | 0,206 |
| 4) Kurangnya monitoring terhadap nasabah peminjam, sehingga ada | 0,078 | 4,0 | 0,313 |

| | | | |
|---|--------------|-----|--------------|
| beberapa nasabah yang macet bayar angsuran. | | | |
| 5) Kurangnya promosi yang berkelanjutan untuk menambah nasabah. | 0,075 | 3,2 | 0,237 |
| 6) Produk yang belum dikenal masyarakat. | 0,055 | 3,2 | 0,175 |
| 7) Produk yang ditawarkan masih sedikit/terbatas | 0,055 | 3,0 | 0,165 |
| TOTAL | 1,000 | | 1,586 |
| TOTAL KESELURUHAN STRENGTH DAN WEAKNESS | 3,520 | | |

Sumber: Data Diolah

Tabel 2. Evaluasi Faktor Strategis Internal BMT Nahdhatul Ummah Ciasem

| FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL (EFE) | Bobot Penilaian | Urgensi Kepentingan | Bobot X Penilaian |
|--|------------------------|----------------------------|--------------------------|
| OPPORTUNITIES | | | |
| 1) Banyaknya Pengusaha Mikro di daerah sasaran BMT | 0,067 | 3,2 | 0,214 |
| 2) Lokasi yang strategis dan terjangkau. | 0,076 | 4,0 | 0,305 |
| 3) Lokasi yang aman dan nyaman di kantor BMT. | 0,089 | 4,0 | 0,356 |
| 4) Tren industri halal di kalangan masyarakat | 0,065 | 3,2 | 0,204 |
| 5) Perkembangan teknologi system informasi yang semakin canggih | 0,062 | 3,2 | 0,195 |
| 6) Memiliki Banyak Kerjasama dengan lembaga di luar BMT. | 0,052 | 2,8 | 0,147 |
| 7) Penduduk sekitar BMT Nahdhatul Ummah mayoritas beragama Islam | 0,086 | 3,8 | 0,329 |
| TOTAL | | | 1,750 |
| THREATS | | | |
| 1) Persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang koperasi syariah masih rendah | 0,073 | 3,5 | 0,254 |
| 2) Mahalnya biaya operasional pengembangan system informasi perbankan | 0,067 | 3,0 | 0,200 |
| 3) Hadirnya layanan Financial Technology | 0,059 | 3,0 | 0,176 |

| | | | |
|--|--------------|-----|--------------|
| 4) Pesaing (Bank Umum) memiliki peralatan yang lebih canggih dibandingkan BMT. | 0,077 | 3,2 | 0,244 |
| 5) Adanya nasabah yang lama dalam pengembalian pinjaman, sehingga perputaran uang menjadi terhambat. | 0,077 | 3,7 | 0,282 |
| 6) Sumber daya yang dimiliki oleh pesaing lebih mumpuni. | 0,068 | 3,2 | 0,216 |
| 7) Banyaknya rentenir, sehingga nasabah banyak yang lari ke rentenir | 0,083 | 3,3 | 0,277 |
| TOTAL | 1,000 | | 1,650 |
| TOTAL KESELURUHAN STRENGTH DAN WEAKNESS | | | 3,400 |

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil dari analisis menggunakan Tabel IFAS faktor strength (kekuatan) dan faktor weakness (kelemahan) memiliki skor dari total keseluruhan adalah 3,153 karena skor diatas 3,0 maka faktor internal ini memiliki kekuatan yang cukup besar. Dan hasil dari analisis menggunakan Tabel EFAS faktor opportunities (peluang) dan faktor threats (ancaman) memiliki skor dari total keseluruhan adalah 3,400 karena skor diatas 2.0 maka dapat diartikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan baik dan menghindari dari ancaman yang datang baik dari pesaing maupun dari hal yang tidak terduga.

Setelah mengevaluasi faktor strategis di atas, selanjutnya kita dapat melihat kuadran IFE dan EFE untuk menentukan strategi yang akan digunakan selanjutnya dicocokkannya dengan matrik IE. Matrik ini didasarkan pada dua dimensi kunci IFAS pada sumbu X dan EFAS pada sumbu Y. Posisi BMT Nahdhatul Ummah dengan nilai IFE 3,5 dan EFE 3,400 ada di Kuadran I yaitu “Tumbuh dan Kembangkan” ini artinya BMT Nahdhatul Ummah dapat menumbuhkan hal baru baik berupa produk, ataupun kerjasama. BMT Nahdhatul Ummah juga dapat mengembangkan yang sudah ada terutama dalam hal operasional nya menggunakan prinsip syariah. Hal ini yang menjadi dukungan yang besar dan kuat adalah faktor internal dan eksternal.

Tabel 3. Kuadran Matriks IE

| | | IFE | | |
|-----|-------------------|----------------|-------------------|------------------|
| | | Kuat (3.0-4.0) | Sedang (2.0-2.99) | Lemah (1.0-1.99) |
| EFE | Tinggi (3.0-4.0) | I | II | III |
| | Sedang (2.0-2.99) | IV | V | VI |
| | Rendah (1.0-1.99) | VII | VIII | IX |

Keterangan :

| | |
|--|-----------------------|
| | Tumbuh dan Kembangkan |
| | Jaga dan Pertahankan |
| | Jual dan Divestasi |

Kuadran SWOT

Hasil pembobotan dan penilaian dari evaluasi faktor internal dan eksternal selanjutnya dijumlahkan untuk masing-masing komponen SWOT kemudian dicari selisih antara komponen internal (S dan W), dan selisih antara komponen eksternal (O dan T). Selisih komponen internal

kemudian menjadi nilai sumbu x (nilai=0,558), dan hasil selisih komponen eksternal selanjutnya menjadi nilai sumbu y (nilai=0,1), sehingga pada kuadran IFE-EFE didapatkan posisi concentric pada kuadran IA.

Tabel 4. Tabel Kuadran SWOT

| Teknis Strategis | Skor | Kuadran | Pilihan Strategi |
|------------------|------|---------|------------------------|
| Growth | S>O | I A | Rapid Growth |
| | S<O | I B | Stable Growth |
| Survival | W>T | III A | Turn Around |
| | W<T | III B | Guerilla |
| Diversification | S>T | IV B | Conglomerate |
| | S<T | IV A | Concentric |
| Stability | O>W | II A | Aggressive Maintenance |
| | O<W | II B | Selective Maintenance |

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa BMT Nahdhatu Ummah berada pada kuadran IA dengan strategi progresif, dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang (*opportunity*) eksternal untuk mencapai pertumbuhan perusahaan yang meningkat.

Strategi Perencanaan yang dapat Diterapkan BMT Nahdhatul Ummah Ciasem

Berdasarkan analisis sebelumnya dapat diketahui bahwa strategi yang diterapkan oleh BMT Nahdhatul Ummah Ciasem saat ini walaupun kekuatan lebih besar dari pada kelemahan dan peluang lebih besar dari pada ancaman, tetapi apabila tidak berhati-hati maka akan menjadi menghambat berjalannya perusahaan. Maka strategi yang diterapkan adalah dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang (*opportunity*) eksternal untuk mencapai pertumbuhan perusahaan yang meningkat. Untuk dapat merumuskan strategi yang dapat digunakan oleh BMT Nahdhatul Ummah Ciasem disesuaikan dengan faktor internal dan eksternal dengan mempergunakan peluang yang ada adalah dengan menggunakan matriks SWOT .

Matriks SWOT adalah merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Dengan matriks SWOT peneliti dapat memperoleh gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan, dengan disesuaikan pada kekuatan dalam kelemahan yang dimiliki. Dengan matriks ini akan dihasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk mencapai visinya. Berikut ini hasil dari analisis matriks SWOT yang menghasilkan alternatif strategi untuk BMT Nahdhatul Ummah Ciasem:

1. Strategi SO (Strength-Opportunities)

Strategi ini merupakan strategi gabungan dari *strength* (Faktor Internal) dan *opportunities* (peluang), strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berikut strategi SO yang dapat digunakan oleh BMT Nahdhatul Ummah Ciasem:

1. Menawarkan produk-produk yang beragam kepada petani, pedagang pasar disekitar lokasi usaha.
2. Pelayanan terhadap anggota ditingkatkan dengan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan.
3. Menjaga hubungan baik dengan setiap anggota dan masyarakat sekitar lingkungan BMT Nahdhatul Ummah akan memberikan citra baik lembaga terhadap masyarakat dan meningkatkan loyalitas anggota.
4. Menjadikan kantor yang kondusif dan menyenangkan akan membuat anggota merasa nyaman saat mendatangi kantor. Karena kepuasan anggota berperan penting dalam perkembangan lembaga.

5. Pengelolaan BMT Nahdhatul Ummah dilakukan dengan amanah atas dasar ketaatan dan ibadah kepada Allah untuk menunaikan apa yang dititipkan dan dipercayakan oleh setiap anggotanya.

2. Strategi WO (Weakness-Opportunities)

Strategi ini merupakan gabungan dari *weakness* (faktor internal) dan *opportunities* (Faktor Eksternal). Ini berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang dapat digunakan oleh BMT Nahdhatul Ummah Ciasem adalah:

1. Banyaknya pelatihan-pelatihan yang diikuti oleh karyawan sehingga banyak promosi tentang produk-produk syariah.
2. Memberikan pengetahuan yang luas kepada SDM terkait bidang syariah untuk memberikan kepercayaan kepada nasabah.
3. Memberikan peralatan yang canggih pada BMT Nahdhatul Ummah Ciasem untuk berani bersaing dengan lembaga keuangan lainnya
4. Memberikan keringanan dalam denda agar nasabah cepat dalam melakukan pengembalian pinjaman.

3. Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari *strength* (faktor internal) dan *threat* (Faktor Eksternal), ini dibuat untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman. Strategi ST yang dipakai oleh BMT Nahdhatul Ummah Ciasem yaitu :

1. Menambah fasilitas teknologi untuk memberikan kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi nasabah.
2. Tidak adanya denda untuk nasabah yang meminjam sehingga memberikan kemudahan dan kenyamanan agar nasabah tidak lari ke rentenir.
3. Memberikan monitoring kepada nasabah yang macet untuk memberikan kepercayaan kepada nasabah.
4. Melakukan evaluasi terkait dengan nasabah yang akan meminjam dana, sehingga nasabah merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi.
5. Tingkatkan media sosial sebagai alat promosi, pengiklanan produk, dsb. BMT Nahdhatul Ummah Ciasem sudah mempunyai akun media sosial yang dapat dimaksimalkan kembali untuk media informasi dan promosi, pengiklanan produk, memperluas jangkauan pemasaran. Media sosial dapat dikatakan sebagai tempat untuk mempromosikan suatu kegiatan, usaha, dll yang mudah serta mengefisienkan biaya promosi.

4. Strategi WT (Weakness-Threats)

Strategi ini gabungan dari *weakness* (faktor internal) dan *Threats* (faktor eksternal), strategi ini dimaksudkan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang dipakai BMT Nahdhatul Ummah Ciasem, yaitu :

1. Memberikan monitoring terhadap nasabah yang melakukan pinjaman agar nasabah lebih tertib dalam mengangsur cicilan.
2. Memberikan promosi yang lebih agar nasabah tidak lari ke rentenir.
3. Memberikan kemudahan dalam melakukan angsuran agar nasabah cepat mengembalikan pinjaman.
4. Meningkatkan promosi yang ada di BMT agar nasabah bisa percaya terkait dengan produk syariah.
5. Memberikan pelatihan tentang syariah terhadap anggota diperlukan untuk menghindari kesalahpahaman masyarakat dalam mengartikan konsep syariah yang diterapkan di BMT.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. faktor internal BMT Nahdhatul Ummah pada kekuatan (*strength*) = 1,934 lebih besar dari nilai kelemahan (*weakness*) = 1,586. Untuk faktor eksternal peluang (*opportunities*)

= 1,750 lebih besar dari nilai ancaman (threats) =1,650. Maka posisi BMT Nahdhatul Ummah Ciasem dengan menggunakan diagram SWOT dan menggunakan perhitungan persamaan garis diperoleh hasil posisi BMT Nahdhatul Ummah berada pada kuadran I dengan strategi progresif dan mendukung kebijakan yang agresif, dengan memanfaatkan kekuatan (strength) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang (opportunity) eksternal untuk mencapai pertumbuhan perusahaan yang meningkat.

2. Strategi alternatif yang harus dijalankan BMT Nahdhatul Ummah Ciasem berdasarkan matriks SWOT yaitu ada 4 set alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan yaitu: Strategi SO (Strength-Opportunities), Strategi WO (Weakness-Opportunities), Strategi ST (Strength-Threat), dan Strategi WT (Weakness-Threats)

Acknowledge

Penulis mengucapkan terimakasih kepada para pihak yang telah membimbing serta membantu peneliti dalam proses pengerjaan penelitian ini hingga selesai.

Daftar Pustaka

- [1] D. A. N. Wulandari, "Perencanaan Strategis Si / Ti Dengan Menggunakan Metodologi Tozer," vol. III, no. 2, pp. 246–252, 2014.
- [2] B. Kuatismanto, Maal, W. A. Tamwil, B. M. T. Di, K. Pekalongan, and K. Ismanto, "Kuatismanto," *Pengelolaan Baitul maal pada Baitul maal wa tamwil di kota pekalongan*, vol. 12, pp. 24–38, 2015.
- [3] I. F. Aam S. Rusydiana, "STRATEGI PENGEMBANGAN LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH DI INDONESIA: PENDEKATAN MATRIKS IFAS EFAS," *Ekon. Islam*, vol. 9, no. November 2018, p. 48, 2018.
- [4] H. Wijoyo, *Teknik Pengambilan Keputusan*. Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- [5] I. Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Askara, 2015.
- [6] Gantara, Franky, Anshori, Arif Rijal (2022). *Analisis Upah Amil Zakat di BAZNAS Kota Bandung menurut Hukum Islam dan Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. *Jurnal Riset Hukum Ekonomi Syariah* 2(2). 99-104.