

## Analisis SWOT Pada KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto

Hafiz Zaki Fauzi<sup>1\*</sup>, Nafilah Aflah<sup>2</sup>, Salsabila Khairunisa Setyamien<sup>3</sup>, Yoiz Shofwa Shafrani<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

Alamat: Jl. A. Yani No.40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara,  
Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53126

\*Korespondensi penulis: [224110202150@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:224110202150@mhs.uinsaizu.ac.id)

**Abstract:** This research was conducted with the aim of identifying the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto in the current era of digitalization. This research uses a qualitative method with a case study approach. Data collection was carried out directly to the Manager of KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan. The results of the study showed that the total score of the IFAS matrix (strengths and weaknesses) was 2.58, which means that KSPPS has quite strong internal potential, although there are still a number of weaknesses that need to be fixed to increase competitiveness. While the total score of the EFAS matrix (opportunities and threats) was 2.55, which means that KSPPS is quite capable of utilizing external opportunities and is quite effective in dealing with threats in the external environment, but there is still room for improvement. Therefore, the right SWOT strategy to apply is an aggressive or growth strategy with a Strengths and Opportunities (S-O) pattern, namely expanding the market, especially among Muslim communities who are increasingly aware of the importance of Islamic finance, establishing cooperation with Islamic schools and religious communities using a reputation for healthy and stable financial management as an attraction, as well as traditional trader markets with a personal approach based on practical and easy-to-understand product strengths.

**Keywords:** SWOT; KSPPS; Sharia Savings and Loans Cooperative and Financing

**Abstrak:** Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) (SWOT) yang ada pada KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto di era digitalisasi saat ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penggalan data dilakukan secara langsung kepada Manajer KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total nilai skor matriks IFAS (kekuatan dan kelemahan) sebesar 2,58 yang artinya KSPPS memiliki potensi internal yang cukup kuat, meskipun masih terdapat sejumlah kelemahan yang perlu dibenahi untuk meningkatkan daya saing. Sedangkan, total nilai skor matriks EFAS (peluang dan ancaman) diperoleh sebesar 2,55 yang artinya KSPPS cukup mampu memanfaatkan peluang eksternal dan cukup efektif dalam menghadapi ancaman yang ada di lingkungan eksternal, namun masih ada ruang peningkatan. Oleh karena itu, strategi SWOT yang tepat diterapkan dalam adalah strategi agresif atau pertumbuhan (*growth strategy*) dengan pola *Strengths* dan *Opportunities* (S-O) yaitu memperluas pasar terutama di kalangan komunitas muslim yang semakin sadar akan pentingnya keuangan syariah, menjalin kerja sama dengan sekolah Islam dan komunitas keagamaan menggunakan reputasi pengelolaan keuangan yang sehat dan stabil sebagai daya tarik, serta memperluas pasar pedagang tradisional dengan pendekatan personal berbasis kekuatan produk yang praktis dan mudah dipahami.

**Kata Kunci:** SWOT; KSPPS; Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah

### 1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi pada masyarakat modern saat ini tidak dapat dilepaskan dari peran lembaga keuangan. Peran lembaga keuangan sangat penting dalam

masyarakat untuk menyalurkan sumber daya ekonomi. Bagi para pengusaha, lembaga keuangan merupakan tempat untuk mendapatkan tambahan modal melalui mekanisme pembiayaan dan investasi. Salah satunya adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (Karim, 2017).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat memerlukan lembaga keuangan untuk menjadi mediator sehingga dapat bermediasi antar sektor UMKM. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah salah satu Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) memiliki karakteristik yang sangat cocok sebagai mediator antar sektor UMKM, karena berada di tengah-tengah masyarakat dan memiliki operasional serta mekanisme yang sangat kontekstual dan sangat fleksibel sehingga sangat cocok dengan kebutuhan UMKM (Rahman et al., 2020).

Berdasarkan Peraturan Bidang Pengawasan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 09/Per/Dep/IV/2016 tentang Petunjuk Teknis Pemeriksaan, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan badan usaha yang bergerak di bidang simpan pinjam berdasarkan prinsip syariah. Selain itu, KSPPS juga berperan dalam mengelola zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF). (ZISWAF) (Fatun et al., 2023).

KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto menjadi salah satu lembaga keuangan yang berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan ekonomi di masyarakat Purwokerto melalui layanan pembiayaan berbasis syariah, terutama kepada pelaku UMKM. Keberadaan lembaga ini menjadi motor penggerak aktivitas ekonomi lokal dan wadah pemberdayaan keuangan masyarakat. Namun di era digital saat ini, KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto menghadapi kesempatan sekaligus tantangan yang perlu dihadapi dengan persiapan matang. Kemajuan global ditandai oleh perkembangan sarana teknologi dan komunikasi yang cukup pesat dalam memberikan ruang bagi KSPPS untuk menjangkau layanan yang lebih luas, mengoptimalkan efisiensi operasional, serta memperbaiki pengalaman anggota. Digitalisasi memungkinkan KSPPS untuk mengintegrasikan teknologi seperti aplikasi berbasis mobile, sistem pembayaran digital, dan analitik data untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat. Di sisi lain, era digital juga membawa tantangan signifikan bagi KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto. Persaingan dengan lembaga keuangan lain, baik yang beroperasi secara konvensional maupun berbasis teknologi seperti *fintech*, menjadi semakin ketat. Selain itu, keterbatasan dalam infrastruktur teknologi, sumber daya manusia yang mumpuni, serta adaptasi terhadap regulasi yang terus berkembang menjadi hambatan yang perlu diatasi.

Oleh karena itu diperlukan analisis mendalam terhadap kondisi internal dan eksternal KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto sehingga didapat strategi yang tepat agar KSPPS bisa tetap relevan, kompetitif, dan berkelanjutan di tengah perubahan zaman. Analisis SWOT merupakan metode analisis yang paling tepat dan relevan untuk mengatasi masalah di atas dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi (Asdar & Saiful, 2024).

Analisis SWOT adalah penilaian secara menyeluruh dengan sistematis untuk merumuskan dan menyusun strategi perusahaan dengan mempertimbangkan empat faktor, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT dilakukan berdasarkan pada prinsip bahwa perusahaan harus mampu mengoptimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) yang dimilikinya, sekaligus berupaya mengurangi dampak kelemahan (*weakness*) dan potensi ancaman (*threats*) yang dihadapi. (Tiyani et al., 2021).

Berdasarkan latar belakang di atas, dipilihlah penelitian yang berjudul “Analisis SWOT Pada KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) (SWOT) yang ada pada KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto di era digitalisasi saat ini.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah)**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah lembaga keuangan yang memiliki kegiatan utama terbatas pada layanan simpan pinjam dan pembiayaan yang mengikuti prinsip-prinsip syariah Islam. Berdasarkan Peraturan Deputi Bidang Pengawasan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 09/Per/Dep.6/IV/2016 tentang Petunjuk Teknis Pemeriksaan Usaha KSPPS, KSPPS menjalankan usahanya dalam bentuk penghimpunan simpanan, penyaluran pembiayaan syariah, dan mengelola zakat, infaq/sedekah, serta wakaf (Heriyadi & Amrizal, 2024).

KSPPS merupakan salah satu lembaga yang mampu memberikan solusi pembiayaan bagi masyarakat dan pelaku usaha. KSPPS menyalurkan modal kepada perorangan dan pelaku usaha yang membutuhkan dana usaha dengan syarat jenis usaha tersebut tidak melanggar prinsip syariah dalam ajaran Islam. KSPPS membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang menjalankan usaha atau bisnisnya. Dengan modal yang

cukup, pelaku usaha dapat memperluas dan mengembangkan usahanya. KSPPS juga turut serta mendorong kemajuan perekonomian negara melalui berbagai peluang usaha yang diberikan kepada masyarakat. (Prihatini et al., 2022).

Pada pengabdian ini, fokusnya adalah bagaimana implementasi peranan KSPPS dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Istilah koperasi dalam bahasa Inggris adalah “cooperation”, yang mengandung arti Co sebagai bersama dan operation sebagai bekerja. Dengan kata lain, koperasi adalah suatu “kerjasama” dalam bidang ekonomi yang dilakukan oleh kelompok atau organisasi demi mencapai tujuan yang sama. Adapun sasaran utama dari kegiatan koperasi adalah mensejahterakan perekonomian anggota yang menjadi bagian dari organisasi koperasi. Hasil pendapatan yang diperoleh dapat meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi. Hasil pendapatan tersebut menyediakan solusi untuk memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari mereka (Mustamar & Miswan, 2024).

Dalam pengelolaan KSPPS, prinsip-prinsip tertentu harus dijadikan pedoman untuk memastikan kegiatan bisnis berjalan sesuai syariat Islam. KSPPS didirikan berdasarkan konsep syirkah mufawadhoh, yaitu usaha yang dibangun secara kolektif oleh lebih dari satu orang, dimana setiap pihak menyumbangkan dana secara proporsional dan ikut serta dalam pekerjaan dengan tingkat yang sama. Hak dan kewajiban masing-masing partner saling ditanggung secara timbal balik. Salah satu pihak tidak diperbolehkan untuk memberikan dana yang lebih besar dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari mitra lainnya. Dalam Islam, ditekankan pula pentingnya kerjasama, saling membantu, dan mempererat ukhuwah persaudaraan. Dalam AlQur'an, manusia diperintahkan untuk bekerjasama dan saling menolong, dengan penekanan bahwa hal tersebut harus dilakukan dalam kebaikan dan sebagai bentuk ketakwaan kepada Allah, sebagaimana tertulis dalam surat Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi "Bertolong-tolonglah kamu dalam kebaikan dan takwa, dan janganlah saling membantu dalam dosa dan permusuhan" (Mukti et al., 2022).

### **Analisis SWOT**

Kajian dalam penelitian ini adalah mengenai strategi pemasaran, maka analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi strategi yang akan dirumuskan. Hal ini sejalan dengan pengertian yang diberikan oleh (Suyotno, 2014) mengenai analisis SWOT sebagai “identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan”.

SWOT merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan

perencanaan strategi, penyusunan model bisnis, serta pengembangan usaha dalam suatu bisnis. SWOT memiliki akronim yang dibentuk oleh Keempat faktor yaitu *strengths*, *weakness*, *opportunities*, *threats* (Mashuri & Dwi, 2020).

Analisis SWOT memiliki sifat yang deskriptif namun terkadang subyektif. Hal ini disebabkan karena ada dua orang yang menganalisis sebuah perusahaan, sehingga mereka memiliki pandangan terhadap faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) secara berbeda. Hal ini sering terjadi dan wajar karena analisis SWOT dirancang untuk memberikan arahan strategis bukan solusi ajaib (Budiman, 2018).

1. Kekuatan (*Strengths*)

Setiap lembaga memiliki keunggulan yang membantunya bertahan dan bersaing di pasar. Hal ini dapat berupa teknologi canggih, produk berkualitas, dan strategi pemasaran yang efektif. Kekuatan ini akan menjadi modal utama untuk menarik pelanggan (anggota) sehingga dapat bersaing dengan lembaga lainnya.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Di sisi lain, setiap lembaga pasti memiliki kendala yang bisa menghambat kinerjanya. Seperti terbatasnya dana, kurangnya pengalaman manajemen, atau strategi pemasaran yang belum optimal. Jika tidak segera diperbaiki, kelemahan ini bisa membuat perusahaan kesulitan berkembang dan tidak bisa bersaing dengan lembaga lainnya.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan situasi menguntungkan yang muncul di lingkungan bisnis dan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk berkembang. Hal ini dapat berupa tren baru di pasar, perkembangan teknologi, atau kerja sama dengan mitra strategis. Dengan mengenali dan memanfaatkan peluang, lembaga bisa memperluas bisnisnya dan meraih keuntungan yang lebih besar.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah berbagai faktor eksternal dan internal yang berpotensi menghambat perkembangan dan kesuksesan perusahaan. Ancaman bisa datang dari berbagai arah, seperti kebijakan pemerintah, persaingan pasar yang semakin ketat, atau perubahan ekonomi yang tidak stabil. Jika tidak diantisipasi, ancaman menghambat pertumbuhan lembaga (Maulida et al., 2025).

Pendekatan SWOT dilakukan dengan tujuan khusus suatu spekulasi bisnis dengan cara menganalisis faktor internal dan eksternal yang mendukung dan tidak mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Analisis SWOT dapat dilakukan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktor tersebut kemudian mengaplikasikannya dalam gambar matriks SWOT (Neolaka et al., 2023) yaitu bagaimana kekuatan (*strengths*) dapat memaksimalkan peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana kelemahan (*weakness*) dapat diatasi agar tidak menghambat peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana kekuatan (*strengths*) dapat menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan bagaimana kelemahan (*weakness*) dapat diatasi agar tidak memicu munculnya ancaman (*threats*) yang ada maupun menciptakan ancaman yang baru (Friesner, 2010).

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang digunakan untuk merancang dan menyusun faktor-faktor strategis bagi suatu perusahaan dengan cara menguraikan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang sangat penting untuk membantu perusahaan menyusun empat jenis strategi yang meliputi strategi SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weakness-Threats*) (Rahmawati et al., 2025).

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada.
2. Strategi ST (*Strengths-Threats*), merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari dan mengurangi dampak ancaman eksternal yang ada.
3. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*), merupakan strategi yang dibuat dengan tujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada.
4. Strategi WT (*Weakness-Threats*), merupakan strategi yang dibuat dengan tujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan cara menghindari ancaman eksternal yang ada (Haerawan & Yulius, 2019).

*Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS) merupakan alat untuk merumuskan strategi yang digunakan dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan sebuah bisnis. Matriks IFAS berkaitan dengan berbagai faktor yang ada di lingkungan internal sebuah bisnis, yaitu faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Matriks IFAS bertujuan untuk menganalisis faktor internal agar dimanfaatkan untuk memperkuat kekuatan yang dimiliki perusahaan serta

mengidentifikasi kelemahannya sehingga dapat merumuskan strategi yang tepat (Putri et al., 2023).

*External Factor Analysis Strategy* (EFAS) merupakan alat untuk merumuskan strategi yang digunakan dengan menganalisis peluang dan ancaman sebuah bisnis. Matriks EFAS berikatan dengan berbagai faktor yang ada di lingkungan eksternal sebuah bisnis, yaitu faktor peluang dan faktor ancaman. Matriks EFAS bertujuan untuk menganalisis faktor eksternal untuk memanfaatkan peluang yang berpotensi memberikan keuntungan bagi perusahaan serta mengenali berbagai ancaman yang perlu dihindari sehingga dapat merumuskan strategi yang tepat (Putri et al., 2023).

Pendekatan SWOT memiliki konsep dasar yang sangat sederhana, yaitu apabila telah mengenal kekuatan dan kelemahan diri sendiri, dan mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, sudah dapat dipastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran. Pendekatan SWOT digunakan dengan tujuan untuk merumuskan strategi jangka panjang agar perusahaan dapat menentukan arah dan tujuannya, selanjutnya perusahaan dapat mengambil keputusan untuk memahami tujuan dan arah perkembangan perusahaan, strategi yang akan digunakan untuk mencapainya, serta langkah-langkah yang perlu diambil guna mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang tersedia sehingga dapat memperbaiki kelemahannya dan menghindari ancaman yang ada (Wiswasta et al., 2018).

Sebuah perusahaan yang dapat memahami kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaannya dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bagaimana perusahaan dapat menyesuaikan strateginya, kemampuan sumber dayanya, dan peluang pasarnya.
2. Bagaimana urgensinya perusahaan untuk mengatasi kelemahan dalam sumber daya tertentu yang dimiliki serta mengantisipasi ancaman eksternal tertentu (Putri et al., 2023).

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang sistemnya dilakukan secara terjun langsung ke lokasi yang akan digunakan untuk

diteliti serta meninjau objek yang akan diteliti. Lokasi penelitian ini terletak di KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Jl. Grumbul Karanggude, Kecamatan Karanglewas, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53161. Objek penelitian ini ialah menganalisis SWOT yang dilaksanakan oleh KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan. Penggalan data dilakukan secara langsung kepada Manajer KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi untuk menunjang data SWOT (Nurajijah & Handayani, 2022).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto, melaksanakan kegiatan simpan-pinjam dan pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan dengan Manajer (Wahyu, 2025) di KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto, diperoleh Analisis SWOT sebagai berikut:

##### 1. Kekuatan (*Strengths*)

KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi fondasi utama dalam operasionalnya, antara lain:

- a. Produk pembiayaan murabahah sangat diminati oleh konsumen karena sifatnya yang praktis dan perhitungannya yang mudah.
- b. Produk simpanan berbasis mudharabah menarik bagi anggota karena adanya sistem bagi hasil yang dikelola secara rutin setiap bulan.
- c. *Cash flow* yang stabil dan sehat, berkat pengelolaan keuangan yang hati-hati dan terstruktur.
- d. Persaingan dengan lembaga keuangan lain seperti bank syariah, *fintech* syariah, atau koperasi tidak menjadi ancaman serius, karena masing-masing lembaga sudah memiliki pasar tersendiri dan saling memahami batasannya di lapangan.

##### 2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Namun demikian, KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto memiliki beberapa kelemahan yang masih perlu mendapatkan perhatian, antara lain:

- a. Sistem IT yang digunakan masih bersifat offline, sehingga seluruh transaksi dan input data harus dilakukan di kantor. Hal ini membatasi fleksibilitas operasional dan pelayanan.
- b. Layanan digital seperti *mobile banking* belum tersedia, karena dianggap belum

mendesak mengingat mayoritas konsumen adalah pedagang pasar yang lebih nyaman dengan transaksi manual.

- c. Pelaksanaan pembiayaan mudharabah sesuai prinsip syariah, namun cukup rumit karena memerlukan perhitungan laba dari nasabah dan memiliki risiko kerugian yang tinggi.
- d. Target omzet dan laba tidak tercapai karena kehati-hatian dalam penyaluran pembiayaan.

### 3. Peluang (*Opportunities*)

Dari sisi peluang, KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto memiliki potensi besar antara lain:

- a. Memperluas pasar, terutama di kalangan komunitas muslim yang semakin sadar akan pentingnya keuangan syariah.
- b. Menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan Islam, seperti sekolah Islam terpadu, yang dapat memperkuat hubungan antar-lembaga dan menjadi sumber simpanan serta pembiayaan proyek.
- c. Pasar lokal terutama di kalangan pedagang dan masyarakat tradisional masih terbuka luas dan dapat terus dikembangkan melalui pendekatan yang sesuai dengan karakteristik mereka.

### 4. Ancaman (*Threats*)

Meski demikian, KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto juga menghadapi sejumlah ancaman, terutama dari kondisi ekonomi yang tidak stabil, antara lain:

- a. Ketidakpastian ekonomi berdampak langsung pada kemampuan nasabah dalam memenuhi kewajiban angsuran, yang pada akhirnya meningkatkan risiko pembiayaan.
- b. Perubahan perilaku konsumen yang mulai melirik layanan keuangan digital juga menjadi tantangan besar jika KSPPS tidak segera beradaptasi.
- c. Resiko tertinggal dari lembaga keuangan lain yang sudah lebih modern dan fleksibel dalam memberikan layanan berbasis digital.

## ***Internal Factory Analysis Strategy (IFAS)***

*Internal Factory Analysis Strategy (IFAS)* digunakan dengan tujuan untuk mengidentifikasi kondisi/faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dari produk yang

dihasilkan oleh KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan, yang tercantum pada tabel dibawah ini

**Tabel 1.** Matriks IFAS (Kekuatan dan Kelemahan) KSPPS BKK Bersama Kami

Kasembadan Purwokerto

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor	Ran k
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>					
1.	Produk pembiayaan murabahah sangat diminati oleh konsumen karena sifatnya yang praktis dan perhitungannya yang mudah.	0,13	4	0,52	1
2.	Produk simpanan berbasis mudharabah menarik bagi anggota karena adanya sistem bagi hasil yang dikelola secara rutin setiap bulan.	0,12	4	0,48	3
3.	<i>Cash flow</i> yang stabil dan sehat, berkat pengelolaan keuangan yang hati-hati dan terstruktur.	0,10	3	0,30	5
4.	Persaingan dengan lembaga keuangan lain seperti bank syariah, <i>fintech</i> syariah, atau koperasi tidak menjadi ancaman serius, karena masing-masing lembaga sudah memiliki pasar tersendiri dan saling memahami batasannya di lapangan.	0,10	3	0,30	6
Total		0,45	14	1,60	
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>					
1.	Sistem IT yang digunakan masih bersifat offline, sehingga seluruh transaksi dan input data harus dilakukan di kantor. Hal ini membatasi fleksibilitas operasional dan pelayanan.	0,15	2	0,30	2
2.	Layanan digital seperti <i>mobile banking</i> belum tersedia, karena dianggap belum mendesak mengingat mayoritas konsumen adalah pedagang pasar yang lebih nyaman dengan transaksi manual.	0,14	2	0,28	4
3.	Pelaksanaan pembiayaan mudharabah sesuai prinsip syariah, namun cukup rumit karena memerlukan perhitungan laba dari nasabah dan memiliki risiko kerugian yang tinggi.	0,12	1	0,12	7
4.	Target omzet dan laba tidak tercapai karena kehati-hatian dalam penyaluran pembiayaan.	0,14	2	0,28	8
Total		0,55	9	0,98	
<b>Total IFAS</b>		<b>1,00</b>	<b>23</b>	<b>2,58</b>	

Berdasarkan tabel diatas, nilai total dari nilai matriks IFAS KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto adalah 2,58. Artinya dalam menjalankan strategi, KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto posisinya berada sedikit di atas rata-rata

dalam hal kekuatan dan kelemahan internal secara keseluruhan, yang meliputi aspek pemasaran, keuangan, operasional, serta manajerial. Ini menunjukkan bahwa KSPPS memiliki potensi internal yang cukup kuat, meskipun masih terdapat sejumlah kelemahan yang perlu dibenahi untuk meningkatkan daya saing (Afrianti, 2017).

### ***Eksternal Factory Analysis Strategy (EFAS)***

*Eksternal Factory Analysis Strategy (EFAS)* digunakan dengan tujuan untuk mengidentifikasi kondisi/faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman yang dihadapi oleh KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan, yang tercantum pada tabel dibawah ini:

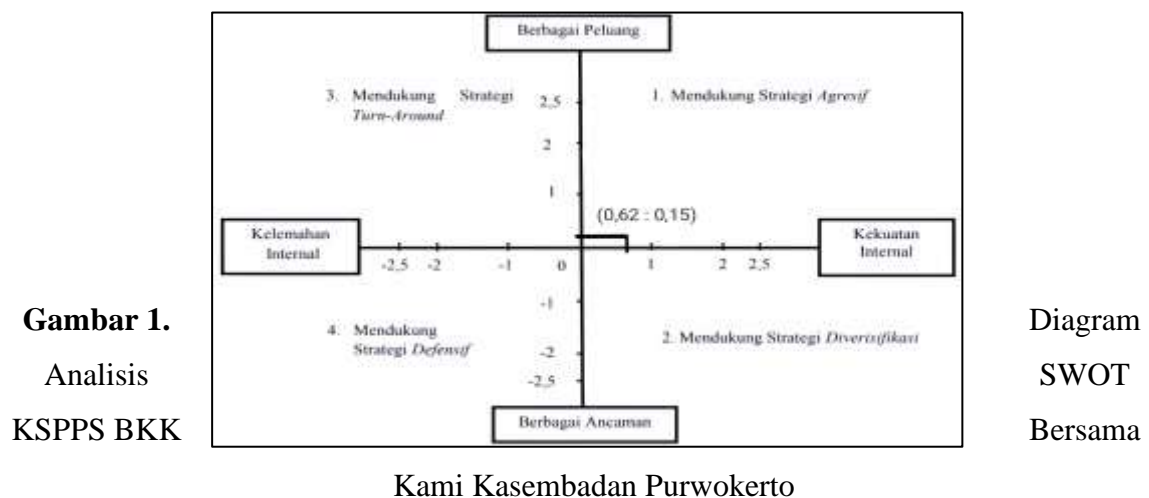
**Tabel 2.** Matriks EFAS (Peluang dan Ancaman) KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Ran k
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>					
1.	Memperluas pasar, terutama di kalangan komunitas muslim yang semakin sadar akan pentingnya keuangan syariah.	0,15	4	0,60	1
2.	Menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan Islam, seperti sekolah Islam terpadu, yang dapat memperkuat hubungan antar-lembaga dan menjadi sumber simpanan serta pembiayaan proyek.	0,12	3	0,36	4
3.	Pasar lokal terutama di kalangan pedagang dan masyarakat tradisional masih terbuka luas dan dapat terus dikembangkan melalui pendekatan yang sesuai dengan karakteristik mereka.	0,13	3	0,39	3
Total		0,40	10	1,35	
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>					
1.	Ketidakpastian ekonomi berdampak langsung pada kemampuan nasabah dalam memenuhi kewajiban angsuran, yang pada akhirnya meningkatkan risiko pembiayaan.	0,20	2	0,40	2

2.	Perubahan perilaku konsumen yang mulai melirik layanan keuangan digital juga menjadi tantangan besar jika KSPPS tidak segera beradaptasi.	0,18	2	0,36	5
3.	Resiko tertinggal dari lembaga keuangan lain yang sudah lebih modern dan fleksibel dalam memberikan layanan berbasis digital.	0,22	2	0,44	6
Total		0,60	8	1,20	
Total EFAS		1,00	18	2,55	

Berdasarkan tabel diatas, nilai total dari nilai matriks EFAS KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto adalah 2,55. Artinya dalam menjalankan strategi, KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto cukup mampu memanfaatkan peluang eksternal dan cukup efektif dalam menghadapi ancaman yang ada di lingkungan eksternal. Namun demikian, terdapat ruang untuk meningkatkan respons terhadap dinamika eksternal agar KSPPS dapat memperoleh keunggulan yang lebih kompetitif di masa depan (Afrianti, 2017).

### Menentukan Posisi Kuadran Pada KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto



Dalam menentukan posisi kuadran pada diagram analisis SWOT KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto, ditentukan nilai Sumbu X dan Sumbu Y dengan perhitungan sebagai berikut (Afrianti, 2017):

1. Sumbu X: Kekuatan – Kelemahan =  $1,60 - 0,98 = 0,62$
2. Sumbu Y: Peluang – Ancaman =  $1,35 - 1,20 = 0,15$

Berdasarkan hasil penentuan posisi kuadran pada diagram analisis SWOT di atas, dapat diketahui bahwa posisi KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto terletak pada kuadran 1 yang merupakan tempat persilangan antara kekuatan dan peluang. Sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan pada KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto adalah strategi agresif atau pertumbuhan (*growth strategy*) dengan pola *Strengths* dan *Opportunities* (S-O) (Afrianti, 2017).

### Analisis Strategi (Matriks SWOT)

**Tabel 3.** Matriks SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman) KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto

IFAS	<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
	a. Produk pembiayaan murabahah sangat diminati oleh konsumen karena sifatnya yang praktis dan perhitungannya yang mudah.	a. Sistem IT yang digunakan masih bersifat offline, sehingga seluruh transaksi dan input data harus dilakukan di kantor. Hal ini membatasi fleksibilitas operasional dan pelayanan.
	b. Produk simpanan berbasis mudharabah menarik bagi anggota karena adanya sistem bagi hasil yang dikelola secara rutin setiap bulan.	b. Layanan digital seperti <i>mobile banking</i> belum tersedia, karena dianggap belum mendesak mengingat mayoritas konsumen adalah pedagang pasar yang
	c. <i>Cash flow</i> yang stabil dan sehat, berkat	

EFAS	pengelolaan keuangan yang hati-hati dan terstruktur.	lebih nyaman dengan transaksi manual.
	d. Persaingan dengan lembaga keuangan lain seperti bank syariah, <i>fintech</i> syariah, atau koperasi tidak menjadi ancaman serius, karena masing-masing lembaga sudah memiliki pasar tersendiri dan saling memahami batasannya di lapangan.	c. Pelaksanaan pembiayaan mudharabah sesuai prinsip syariah, namun cukup rumit karena memerlukan perhitungan laba dari nasabah dan memiliki risiko kerugian yang tinggi. d. Target omzet dan laba tidak tercapai karena kehati-hatian dalam penyaluran pembiayaan.

<i>Opportunities (Peluang)</i>	<i>S-O (Strengths-Opportunities)</i>	<i>W-O (Weakness-Opportunities)</i>
a. Memperluas pasar, terutama di kalangan komunitas muslim yang semakin sadar akan pentingnya keuangan syariah.	a. Memperluas pasar, terutama di kalangan komunitas muslim yang semakin sadar akan pentingnya keuangan syariah.	a. Mengembangkan layanan digital secara bertahap (misalnya mulai dari sistem semi-online) untuk memperluas cakupan pasar dan meminimalkan keterbatasan operasional offline.
b. Menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan Islam, seperti sekolah Islam terpadu, yang dapat memperkuat hubungan antar-lembaga dan menjadi sumber simpanan serta pembiayaan proyek.	b. Menjalin kerja sama dengan sekolah Islam dan komunitas keagamaan, menggunakan reputasi pengelolaan keuangan yang sehat dan stabil sebagai daya tarik.	b. Membangun platform edukasi kepada nasabah (terutama pedagang) mengenai manfaat penggunaan <i>mobile banking</i> agar adopsi layanan digital meningkat.
c. Pasar lokal terutama di	c. Memperluas pasar pedagang tradisional	

kalangan pedagang dan masyarakat tradisional masih terbuka luas dan dapat terus dikembangkan melalui pendekatan yang sesuai dengan karakteristik mereka.	dengan pendekatan personal berbasis kekuatan produk yang praktis dan mudah dipahami.	c. Menyederhanakan mekanisme pembiayaan mudharabah dengan sistem pelaporan usaha yang terstandar, agar tetap sesuai syariah namun lebih praktis.
<b>Threats (Ancaman)</b>	<b>S-T (Strengths-Threats)</b>	<b>W-T (Weakness-Threats)</b>
a. Ketidakpastian ekonomi berdampak langsung pada kemampuan nasabah dalam memenuhi kewajiban angsuran, yang pada akhirnya meningkatkan risiko pembiayaan.	a. Menjaga loyalitas pasar tradisional dengan pelayanan yang humanis dan produk syariah yang sudah dipahami, sebagai antisipasi terhadap pergeseran ke layanan digital.	a. Merancang roadmap transformasi digital untuk menghadapi ketertinggalan dari kompetitor, meskipun dimulai dari langkah kecil seperti digitalisasi data internal.
b. Perubahan perilaku konsumen yang mulai melirik layanan keuangan digital juga menjadi tantangan besar jika KSPPS tidak segera beradaptasi.	b. Memperkuat posisi melalui <i>cash flow</i> yang sehat untuk mengantisipasi dampak ekonomi buruk yang memengaruhi angsuran nasabah.	b. Meningkatkan efisiensi operasional agar tetap bisa bersaing meski target omzet belum tercapai, misalnya melalui pelatihan SDM dan optimalisasi prosedur.
c. Resiko tertinggal dari lembaga keuangan lain yang sudah lebih modern dan fleksibel dalam memberikan layanan berbasis digital.	c. Meningkatkan daya saing melalui inovasi terbatas namun tepat sasaran tanpa kehilangan karakter tradisional lembaga.	c. Evaluasi dan redesign sistem pembiayaan syariah agar lebih adaptif terhadap kondisi ekonomi dan tetap memenuhi prinsip kehati-hatian.

Berdasarkan tabel matriks SWOT di atas, strategi yang tepat diterapkan pada KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto adalah strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*). Strategi ini dilakukan dengan cara memanfaatkan sebaik mungkin berbagai kekuatan yang dimiliki pada KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto untuk merebut peluang yang tersedia saat ini, antara lain:

- a. Memperluas pasar, terutama di kalangan komunitas muslim yang semakin sadar akan pentingnya keuangan syariah.
- b. Menjalin kerja sama dengan sekolah Islam dan komunitas keagamaan, menggunakan reputasi pengelolaan keuangan yang sehat dan stabil sebagai daya tarik.
- c. Memperluas pasar pedagang tradisional dengan pendekatan personal berbasis kekuatan produk yang praktis dan mudah dipahami.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto memiliki total nilai skor matriks IFAS (kekuatan dan kelemahan) sebesar 2,58 yang artinya KSPPS memiliki potensi internal yang cukup kuat, meskipun masih terdapat sejumlah kelemahan yang perlu dibenahi untuk meningkatkan daya saing. Sedangkan, total nilai skor matriks EFAS (peluang dan ancaman) diperoleh sebesar 2,55 yang artinya KSPPS cukup mampu memanfaatkan peluang eksternal dan cukup efektif dalam menghadapi ancaman yang ada di lingkungan eksternal, namun demikian terdapat ruang untuk meningkatkan respons terhadap dinamika eksternal agar KSPPS dapat memperoleh keunggulan yang lebih kompetitif di masa depan. Oleh karena itu, stategi SWOT yang tepat diterapkan dalam KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto adalah dengan strategi agresif atau pertumbuhan (*growth strategy*) dengan pola *Srenghts* dan *Opportunities* (S-O), yaitu memperluas pasar terutama di kalangan komunitas muslim yang semakin sadar akan pentingnya keuangan syariah, menjalin kerja sama dengan sekolah Islam dan komunitas keagamaan menggunakan reputasi pengelolaan keuangan yang sehat dan stabil sebagai daya tarik, serta memperluas pasar pedagang tradisional dengan pendekatan personal berbasis kekuatan produk yang praktis dan mudah dipahami.

## DAFTAR REFERENSI

Afrianti, Alyah. (2017). Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Pt.Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*. Makassar: Universitas Muhammadiyah.

- Asdar, Muhammad & Saiful Muchlis. (2024). Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah: Peluang Dan Tantangan Diera Digital. *Mufakat: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 720-730.
- Fadilah, R. (2017). Analisis Penilaian Tingkat Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Kota Tangerang Selatan. *Skripsi Fakultas Ekonomi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Fatun et al. (2023). Peran Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM Pada KSPPS Tabarak Shohibul Qorib Pamekasan. *PROSPEKS: Jurnal Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 16-26.
- Friesner. 2010. *History of SWOT Analysis*.  
<http://www.marketingteacher.com/swot/historyof-swot.html>
- Haerawan & Yulius Here Magang. (2019). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga Di Pt Impressindo Karya Steel Jakarta-pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 5(2), 175-189.
- Heriyadi, Dedi & Amrizal. (2024). Analysis Of Challenges and Strategies for the Development of Sharia Financial Services Cooperatives (Case Study of the Abdi Kerta Raharja Sharia Savings and Loans and Financing Cooperative (KSPPS) in Tangerang Regency). *Budapest International Research and Critics Intitute Jurnal*, 7(3), 2615-1715.
- Karim, Adiwarmann A. (2017). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Mashuri & Dwi Nurjannah. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.
- Maulida, Indah Ilma et al. (2025). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Ijarah Multijasa di BMT Mentari Bumi Panican, Purbalingga. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(2), 01-11.
- Mukti, Erlangga Anggara et al. (2022). Analisis SWOT Pemberdayaan Ekonomi Pada KSPPS BMT Tumang 2022. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General*, 2(01), 159-162.
- Mustamar, Diva & Miswan Ansori. (2024). Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Produk Talangan Kesehatan Pada KSPPS BMT Aman Utama Jepara. *Jurnal Istiduna*, 10(2),

221-235.

- Neolaka, Aglom Mel Yoksam et al. (2023). Marketing Strategy Using Swot Analysis (Case Study : Stima Immi). *Jurnal Ekonomi*, 12(2), 2721-9879.
- Nurajijah, S & Handayani. (2022). Upaya Peningkatan Minat Nasabah Menggunakan Analisis SWOT Pada Produk IB Taharoh si Bank DKI KCPS Bekasi. *Jurnal Syarikah*, 8(2), 163-174.
- Prihatini, Dewi et al. (2022). Peningkatan Literasi Keuangan Islam Pada KSPPS di Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), 72-80.
- Putri, Misyaida Ayunda et al. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Dan Matriks IE (Studi Kasus Pada Bisnis Banjagim.Id). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), 225-234.
- Rahman, Fadali et al. (2020). Pengaruh Pengetahuan Akad Mudharabah Terhadap Keputusan Anggota Untuk Menabung Di BMT Mawaddah Cabang Pakong Pamekasan. *Investi: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 02(02), 87-97.
- Rahmawati, Nuraini et al. (2025). Analisis Swot Dan Qspm Untuk Perumusan Strategi Pemasaran Pada Pt. Gerongan Surajaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(1), 853-875.
- Suyotno. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Organisasi (Pertama)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tiyan, Lucky Ades et al. (2021). Analisis SWOT Financial Technology (FINTECH) Perbankan Syariah Dalam Optimalisasi Penyaluran Pembiayaan Dan Kualitas Pelayanan Bank Syariah. *Al-Mashrof: Journal Islamic Banking and Finance*, 2(1), 56-75.
- Wahyu. (2025). *Hasil Wawancara Pribadi dengan Manajer KSPPS BKK Bersama Kami Kasembadan Purwokerto*, 29 April.
- Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit Ngurah et al. (2018). *Analisis Swot Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha*. Bali: Universitas Mahasaraswati Press.