

ABSTRAK

Produk Pembiayaan Produktif Segmen UKM di BSI saat ini belum dapat bersaing di pasar. Hal tersebut dibuktikan dengan pangsa pasar produk tersebut yang hanya mencapai 2,36% dibanding kredit UKM di Perbankan Nasional. Produk Pembiayaan UKM BSI pun mengalami pertumbuhan negatif pada tahun 2021 dan merupakan satu-satunya produk BSI yang mengalami pertumbuhan negatif dibanding produk BSI lainnya. Dibanding dengan industri, Pertumbuhan negatif produk UKM berada dibawah rata-rata industri yaitu sebesar -11,85% dimana industri juga mengalami pertumbuhan negatif sebesar -1,62%. BSI sebagai bank syariah terbesar menjadi lokomotif dalam pengembangan UMKM dimana hal tersebut sesuai dengan *blueprint* perbankan syariah tahun 2007 dimana salah satu fungsi perbankan syariah adalah untuk mengembangkan UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi BSI pada produk pembiayaan produktif UKM sehingga dapat mengidentifikasi strategi bersaing yang digunakan BSI serta merumuskan strategi alternatif pada produk tersebut. Analisis eksternal menggunakan *framework PESTL*, dan *Five Forces Porter*, sedangkan Analisis Internal menggunakan Analisis visi misi dan *value chain analysis*. Dari analisis tersebut akan dielaborasi menggunakan analisis SWOT dan perumusan strategi alternatif menggunakan Matriks TOWS.

Kata Kunci: Pembiayaan UKM, Strategi Bersaing, Strategi Alternatif, PESTL, *Five Forces Porter*, *Value Chain Analysis*, *Key Success Factor*, SWOT

ABSTRACT

BSI UKM Financing Products is currently unable to compete in the market. This is evidenced by the market share of these products which only reached 2.36% compared to UKM loans in the National Banking. BSI's UKM Financing product also experienced negative growth in 2021 and was the only BSI product that experienced negative growth compared to other BSI products. Compared to the industry, the negative growth of UKM products was below the industry average of -11.85% where the industry also experienced a negative growth of -1.62%. BSI as the largest Islamic bank has become a locomotive in the development of MUKMs which is in accordance with the 2007 Islamic banking blueprint where one of the functions of Islamic banking is to develop MUKMs.

This study aims to analyze the BSI strategy on UKM products so that it can identify the competitive strategies used by BSI and formulate alternative strategies for these products. External analysis uses PESTL framework, and Porter's Five Forces, while Internal Analysis uses vision and mission analysis and value chain analysis. From this analysis, it will be elaborated using SWOT analysis and formulating alternative strategies using the TOWS Matrix.

Keywords: *UKM Financing, Competitive Strategy, Alternative Strategy, PESTL, Porter's Five Forces, Value Chain Analysis, Key Success Factor, SWOT*