

**KEBIJAKAN EKONOMI SYARIAH MUHAMMADIYAH MELALUI
PENDEKATAN ANALISIS SWOT
DALAM PENGUATAN EKONOMI UMAT**

Soraya Ayumara⁽¹⁾, Amir Mukadar⁽²⁾, Marini⁽³⁾
⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Universitas Muhammadiyah Bengkulu
sorayaayumaraa@Gmail.com

Abstract

This study examines Muhammadiyah's sharia economic policy in the context of strengthening the ummah's economy through a SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) *analysis approach*. Muhammadiyah as the second largest Islamic mass organization in Indonesia has a strategic role in the development of the sharia economy through various economic charities such as the Sharia People's Financing Bank (BPRS), Baitul Mal wa Tamwil (BMT), sharia cooperatives, and the Muhammadiyah Amil Zakat Infak Sedekah Institution (LAZISMU). This qualitative-descriptive research uses secondary data sources in the form of Muhammadiyah policy documents, sharia economic regulations, official reports of organizations, and scientific literature. The results of the SWOT analysis show that the main strength of Muhammadiyah lies in its wide organizational network, high public trust, and commitment to Islamic economic principles. The main weaknesses include fragmentation of coordination between economic institutions, limited sharia economic literacy at the grassroots level, and lack of integration of the digital financial system. Significant opportunities arise from the growth of the national Islamic finance industry, government regulatory support, and increasing awareness of the people towards the halal economy. Threats include competition with other conventional and Islamic financial institutions, as well as global economic dynamics. The SWOT strategy matrix results in four policy orientations: the SO (aggressive-expansive) strategy, the WO (turnaround) strategy, the ST (diversification) strategy, and the WT (defensive) strategy. Policy implications include strengthening the integration of Muhammadiyah's sharia economic ecosystem, increasing the capacity of human resources, accelerating digital transformation, and strengthening *the branding* of the sharia economy based on progressive Islamic values.

Keywords: Sharia Economy, Muhammadiyah, SWOT Analysis, Strengthening the People's Economy, Strategic Policies

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia mengalami akselerasi signifikan dalam dua dekade terakhir, ditandai dengan pertumbuhan aset perbankan syariah, proliferasi lembaga keuangan mikro syariah, dan ekspansi sektor ekonomi halal (Sakti et al., 2024). Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan mencatat bahwa aset perbankan syariah Indonesia telah mencapai lebih dari Rp 600 triliun pada tahun 2021, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar ekonomi syariah terbesar di dunia (Bank Indonesia, 2021). Pertumbuhan ini tidak terlepas dari kontribusi organisasi massa Islam, khususnya

Muhammadiyah, yang secara historis telah berperan dalam pengembangan ekonomi umat berbasis prinsip syariah (Hakim, 2023).

Muhammadiyah sebagai organisasi kemasyarakatan Islam yang didirikan pada tahun 1912 memiliki visi Islam berkemajuan yang mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan pembangunan sosial-ekonomi (Nashir, 2015). Dalam konteks ekonomi, Muhammadiyah telah mengembangkan berbagai amal usaha ekonomi syariah yang tersebar di seluruh Indonesia, meliputi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Muhammadiyah (BPRS- M), Baitul Mal wa Tamwil (BMT), koperasi syariah, serta Lembaga Amil Zakat Infak Sedekah Muhammadiyah atau LAZISMU (Ridwan, 2023). Keberadaan lembaga-lembaga ekonomi ini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai mekanisme pemberdayaan ekonomi umat, pengentasan kemiskinan, dan pemerataan kesejahteraan (Rusydiana & Firmansyah, 2017).

Namun demikian, implementasi kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah menghadapi berbagai tantangan strategis, baik internal maupun eksternal. Secara internal, koordinasi antar lembaga ekonomi Muhammadiyah belum optimal, literasi ekonomi syariah di kalangan anggota masih terbatas, dan adopsi teknologi finansial (*fintech*) syariah masih relatif lambat (Aisyah, 2022). Secara eksternal, persaingan dengan lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah dari organisasi lain semakin ketat, sementara dinamika regulasi dan kondisi ekonomi makro mempengaruhi kinerja sektor ekonomi syariah secara keseluruhan (Mutia & Musyaffi, 2020).

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk melakukan evaluasi komprehensif terhadap kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah dalam konteks penguatan ekonomi umat. Evaluasi berbasis analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi efektivitas kebijakan, serta merumuskan strategi pengembangan yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika kontemporer (Rangkuti, 2015). Analisis SWOT telah terbukti efektif dalam pemetaan strategis organisasi, termasuk dalam konteks lembaga keuangan syariah dan organisasi keagamaan (Saputra & Nugroho, 2024).

Lebih lanjut, penelitian ini menjadi relevan mengingat Muhammadiyah sedang dalam fase konsolidasi dan transformasi kelembagaan ekonomi syariah pasca pendirian Bank Syariah Muhammadiyah pada tahun 2025 (Fadli, 2025). Transformasi ini memerlukan landasan strategis yang kuat, berbasis data dan analisis sistematis, untuk memastikan keberlanjutan dan dampak positif terhadap ekonomi umat.

Kajian terdahulu tentang ekonomi syariah Muhammadiyah umumnya bersifat deskriptif dan fokus pada aspek normatif-ideologis (Latief, 2012; Nashir, 2015), atau terbatas pada evaluasi kinerja lembaga ekonomi tertentu seperti LAZISMU (Wulandari, 2023) dan BMT (Hakim, 2020). Studi yang secara khusus menganalisis kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah secara komprehensif dengan pendekatan analisis strategis masih terbatas. Penelitian terkait analisis SWOT ekonomi syariah lebih banyak fokus pada sektor perbankan syariah nasional (Mutia & Musyaffi, 2020; Saputra & Nugroho, 2024) atau pengembangan ekonomi syariah di tingkat regional (Rahman, 2024), namun belum secara

spesifik membahas posisi strategis Muhammadiyah sebagai aktor kunci dalam ekosistem ekonomi syariah Indonesia.

Penelitian ini menawarkan novelti dalam tiga aspek. Pertama, mengintegrasikan analisis SWOT dengan evaluasi kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah secara holistik, mencakup seluruh spektrum amal usaha ekonomi organisasi. Kedua, menghasilkan matriks strategi SWOT yang spesifik dan kontekstual untuk penguatan ekonomi umat berbasis platform organisasi massa Islam. Ketiga, memberikan rekomendasi kebijakan strategis yang operasional dan berbasis evidensi untuk akselerasi peran Muhammadiyah dalam ekosistem ekonomi syariah nasional.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja kekuatan dan kelemahan internal kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah dalam konteks penguatan ekonomi umat?
2. Apa saja peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi Muhammadiyah dalam implementasi kebijakan ekonomi syariah?
3. Bagaimana formulasi strategi pengembangan kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah berdasarkan matriks analisis SWOT?

Tinjauan Pustaka

Konsep Ekonomi Syariah dan Penguatan Ekonomi Umat

Ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam, terutama yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, dengan tujuan mencapai kesejahteraan (*falah*) baik di dunia maupun di akhirat (Chapra, 2000). Ekonomi syariah memiliki karakteristik khas berupa larangan *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian berlebihan), *maysir* (spekulasi/judi), serta penekanan pada prinsip keadilan, transparansi, dan maslahat (kemaslahatan bersama) (Antonio, 2001). Dalam konteks Indonesia, ekonomi syariah tidak hanya dipahami sebagai sistem ekonomi alternatif, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan sosial-ekonomi umat Islam yang merupakan mayoritas penduduk (Ascarya, 2015).

Penguatan ekonomi umat merujuk pada upaya sistematis untuk meningkatkan kapasitas ekonomi, kemandirian finansial, dan kesejahteraan masyarakat Muslim melalui pemberdayaan ekonomi berbasis prinsip syariah (Beik & Arsyianti, 2016). Konsep ini mencakup dimensi struktural (pengembangan lembaga ekonomi syariah), dimensi kapasitas (peningkatan literasi dan keterampilan ekonomi), dan dimensi aksesibilitas (perluasan akses umat terhadap layanan keuangan syariah) (Sakti et al., 2024).

Peran Organisasi Massa Islam dalam Ekonomi Syariah

Organisasi massa Islam di Indonesia, khususnya Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah, memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi syariah melalui jaringan sosial-keagamaan yang luas dan kepercayaan publik yang tinggi (Latief, 2016). Muhammadiyah, dengan pendekatan Islam berkemajuan, telah mengintegrasikan gerakan dakwah dengan pemberdayaan ekonomi sejak era pendirinya, K.H. Ahmad Dahlan, yang menekankan pentingnya kemandirian ekonomi umat (Mul Khan, 2010). Dalam perkembangannya, Muhammadiyah mendirikan berbagai lembaga ekonomi seperti BMT, koperasi syariah, BPRS, dan LAZISMU sebagai manifestasi komitmen terhadap ekonomi berbasis syariah (Hakim, 2023).

Studi Latief (2012) menunjukkan bahwa amal usaha ekonomi Muhammadiyah tidak hanya berorientasi profit, tetapi juga memiliki misi sosial (*social enterprise*) dalam mengatasi kemiskinan dan ketimpangan ekonomi. LAZISMU, sebagai contoh, telah menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah untuk program pemberdayaan ekonomi mikro, beasiswa pendidikan, dan layanan kesehatan bagi masyarakat kurang mampu (Wulandari, 2023).

Analisis SWOT dalam Konteks Ekonomi Syariah

Analisis SWOT merupakan metode analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) organisasi dalam mencapai tujuan strategisnya (Rangkuti, 2015). Dalam konteks ekonomi syariah, analisis SWOT telah banyak digunakan untuk evaluasi kinerja lembaga keuangan syariah, perumusan strategi pengembangan, dan identifikasi area perbaikan (Mutia & Musyaffi, 2020; Saputra & Nugroho, 2024).

Rahman (2024) menggunakan analisis SWOT untuk mengkaji strategi pengembangan ekonomi syariah di Kota Medan dan menemukan bahwa sinergi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha menjadi kunci keberhasilan. Sementara itu, Mutia dan Musyaffi (2020) menerapkan analisis SWOT pada perbankan syariah Indonesia dan merekomendasikan strategi diversifikasi produk, peningkatan literasi keuangan syariah, dan penguatan infrastruktur digital.

Matriks SWOT menghasilkan empat kuadran strategi: SO (*Strengths-Opportunities*) yang memanfaatkan kekuatan untuk mengeksplorasi peluang, WO (*Weaknesses-Opportunities*) yang mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang, ST (*Strengths-Threats*) yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman, dan WT (*Weaknesses-Threats*) yang meminimalkan kelemahan dan ancaman (David, 2011). Pendekatan ini memungkinkan formulasi strategi yang komprehensif dan kontekstual.

Kebijakan Ekonomi Syariah Muhammadiyah

Kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah tertuang dalam berbagai dokumen resmi organisasi, termasuk Keputusan Muktamar, Tanfidz Keputusan Muktamar, dan pedoman amal usaha ekonomi (Pimpinan Pusat Muhammadiyah, 2015). Kebijakan ini mencerminkan visi Islam berkemajuan yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dengan pembangunan ekonomi modern (Nashir, 2015). Prinsip utama yang ditekankan meliputi keadilan ekonomi, kemandirian umat, profesionalisme pengelolaan, dan keberlanjutan sosial-ekonomi (Ridwan, 2023).

Dalam periode 2015-2025, Muhammadiyah telah melakukan transformasi kelembagaan ekonomi syariah dengan pendirian Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK) sebagai koordinator amal usaha ekonomi, konsolidasi BPRS di berbagai daerah, dan pada tahun 2025 meluncurkan Bank Syariah Muhammadiyah sebagai pilar baru ekonomi umat (Fadli, 2025). Langkah strategis ini menunjukkan komitmen Muhammadiyah untuk menjadi pemain utama dalam industri keuangan syariah nasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode analisis SWOT. Penelitian kualitatif dipilih karena fokus penelitian adalah pada pemahaman mendalam terhadap kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah dan dinamika faktor-faktor strategis yang mempengaruhinya (Creswell, 2014). Sifat deskriptif penelitian bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi faktual dan karakteristik kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah berdasarkan data yang diperoleh.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber sebagai berikut:

1. Dokumen kebijakan resmi Muhammadiyah, meliputi Keputusan Muktamar Muhammadiyah, Tanfidz Keputusan Muktamar, pedoman amal usaha ekonomi, dan laporan tahunan Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK).
2. Regulasi ekonomi syariah nasional, termasuk Undang-Undang Perbankan Syariah, peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan kebijakan Bank Indonesia terkait ekonomi syariah.
3. Laporan resmi lembaga ekonomi Muhammadiyah seperti LAZISMU, BPRS Muhammadiyah, dan BMT Muhammadiyah.
4. Literatur ilmiah berupa artikel jurnal, buku, dan prosiding konferensi yang relevan dengan ekonomi syariah, kebijakan organisasi massa Islam, dan analisis SWOT.
5. Data publikasi online dari situs resmi Muhammadiyah, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan lembaga riset ekonomi syariah.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, yaitu penelusuran, inventarisasi, dan analisis dokumen-dokumen yang relevan dengan fokus penelitian. Dokumentasi dilakukan secara sistematis dengan menggunakan protokol penelusuran dokumen yang mencakup identifikasi sumber, verifikasi kredibilitas, dan kategorisasi berdasarkan relevansi terhadap pertanyaan penelitian (Bowen, 2009).

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan metode analisis SWOT yang dilakukan dalam empat tahap:

1. **Identifikasi faktor internal dan eksternal:** Mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) berdasarkan data yang terkumpul.
2. **Konstruksi matriks SWOT:** Menyusun matriks yang mengintegrasikan faktor internal dan eksternal untuk menghasilkan alternatif strategi SO, WO, ST, dan WT (Rangkuti, 2015).
3. **Evaluasi dan prioritas strategi:** Mengevaluasi kesesuaian dan kelayakan setiap alternatif strategi dengan kondisi dan kapasitas Muhammadiyah.
4. **Formulasi implikasi kebijakan:** Merumuskan rekomendasi kebijakan strategis yang operasional dan berbasis evidensi untuk penguatan ekonomi umat.

Keabsahan Data

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengkonfirmasi informasi dari berbagai dokumen dan literatur (Patton, 2015). Kredibilitas analisis diperkuat dengan menggunakan rujukan teoritis yang mapan dan konsistensi logis dalam interpretasi data.

PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal: Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan (*Strengths*)

Analisis terhadap dokumen kebijakan dan kinerja amal usaha ekonomi Muhammadiyah mengidentifikasi beberapa kekuatan internal yang signifikan:

S1. Jaringan Organisasi yang Luas dan Terstruktur

Muhammadiyah memiliki struktur organisasi yang tersebar di seluruh Indonesia, mulai dari tingkat pusat hingga ranting, dengan lebih dari 12.000 ranting dan jutaan anggota (Pimpinan Pusat Muhammadiyah, 2020). Jaringan ini menjadi basis sosial yang kuat untuk diseminasi kebijakan ekonomi syariah dan mobilisasi partisipasi umat. Keberadaan Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK) di setiap tingkatan organisasi memfasilitasi koordinasi dan implementasi program ekonomi syariah secara sistematis (Ridwan, 2023).

S2. Kepercayaan Publik dan Legitimasi Keagamaan

Sebagai organisasi Islam terbesar kedua di Indonesia, Muhammadiyah memiliki tingkat kepercayaan publik yang tinggi, terutama di kalangan umat Islam modernis (Latief, 2016). Kepercayaan ini menjadi modal sosial (*social capital*) yang penting dalam pengembangan lembaga ekonomi syariah, karena kepercayaan merupakan fondasi utama dalam transaksi keuangan syariah (Antonio, 2001).

S3. Komitmen terhadap Prinsip Ekonomi Islam Berkemajuan

Kebijakan ekonomi Muhammadiyah berlandaskan pada prinsip Islam berkemajuan yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah dengan modernitas dan profesionalisme (Nashir, 2015). Komitmen ini tercermin dalam penerapan tata kelola yang baik (*good governance*), transparansi keuangan, dan akuntabilitas lembaga ekonomi Muhammadiyah (Hakim, 2023).

S4. Diversifikasi Amal Usaha Ekonomi

Muhammadiyah memiliki portofolio amal usaha ekonomi yang beragam, meliputi BPRS, BMT, koperasi syariah, LAZISMU, dan pada tahun 2025 Bank Syariah Muhammadiyah (Fadli, 2025). Diversifikasi ini mengurangi risiko konsentrasi dan memungkinkan sinergi antar lembaga dalam menciptakan ekosistem ekonomi syariah yang terintegrasi.

S5. Pengalaman Historis dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat

Sejak era K.H. Ahmad Dahlan, Muhammadiyah telah memiliki tradisi panjang dalam pemberdayaan ekonomi umat melalui berbagai program seperti pengembangan UMKM, pelatihan kewirausahaan, dan layanan keuangan mikro (Mulkhan, 2010). Pengalaman historis ini menjadi aset pengetahuan (*knowledge asset*) yang berharga dalam formulasi kebijakan ekonomi syariah kontemporer.

Kelemahan (*Weaknesses*)

Di sisi lain, analisis juga mengidentifikasi beberapa kelemahan internal yang perlu diatasi: W1. Fragmentasi Koordinasi Antar Lembaga Ekonomi

Meskipun memiliki struktur organisasi yang luas, koordinasi antar lembaga ekonomi Muhammadiyah di berbagai tingkatan masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal sinkronisasi program, berbagi sumber daya, dan pelaporan kinerja (Aisyah, 2022). Fragmentasi ini menghambat pencapaian efisiensi dan efektivitas optimal dalam implementasi kebijakan ekonomi syariah.

W2. Keterbatasan Literasi Ekonomi Syariah di Tingkat Akar Rumput

Survei menunjukkan bahwa pemahaman anggota Muhammadiyah di tingkat ranting dan cabang tentang produk dan layanan keuangan syariah masih terbatas (Wulandari, 2023). Keterbatasan literasi ini menghambat partisipasi aktif anggota dalam memanfaatkan layanan lembaga ekonomi Muhammadiyah dan mengurangi potensi penetrasi pasar.

W3. Minimnya Adopsi Teknologi Finansial Syariah

Dalam era transformasi digital, lembaga ekonomi Muhammadiyah relatif lambat dalam

mengadopsi teknologi finansial (*fintech*) syariah dibandingkan dengan kompetitor (Fadli, 2025). Minimnya investasi dalam infrastruktur digital, aplikasi mobile banking, dan platform *e-commerce* syariah mengurangi daya saing dan aksesibilitas layanan.

W4. Keterbatasan Modal dan Skala Usaha

Sebagian besar lembaga ekonomi Muhammadiyah, terutama BMT dan koperasi syariah, beroperasi dalam skala kecil dengan modal terbatas (Hakim, 2020). Keterbatasan ini membatasi kapasitas ekspansi, diversifikasi produk, dan daya saing dengan lembaga keuangan syariah yang lebih besar.

W5. Gap Kompetensi Sumber Daya Manusia

Kualifikasi dan kompetensi sumber daya manusia di lembaga ekonomi Muhammadiyah masih bervariasi, dengan sebagian tenaga pengelola belum memiliki sertifikasi profesional di bidang keuangan syariah (Aisyah, 2022). Gap kompetensi ini mempengaruhi kualitas layanan dan manajemen risiko.

Analisis Faktor Eksternal: Peluang dan Ancaman

Peluang (*Opportunities*)

Analisis lingkungan eksternal mengidentifikasi beberapa peluang strategis yang dapat dimanfaatkan:

O1. Pertumbuhan Industri Keuangan Syariah Nasional

Industri keuangan syariah Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 15-20% per tahun, dengan ekspansi pada sektor perbankan syariah, asuransi syariah, pasar modal syariah, dan *fintech* syariah (Bank Indonesia, 2021). Pertumbuhan ini membuka peluang bagi Muhammadiyah untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kontribusi terhadap ekosistem keuangan syariah nasional.

O2. Dukungan Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

Pemerintah Indonesia melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi syariah, termasuk insentif fiskal, kemudahan perizinan, dan program literasi keuangan syariah (OJK, 2019). Dukungan regulasi ini menciptakan iklim kondusif bagi ekspansi lembaga ekonomi Muhammadiyah.

O3. Meningkatnya Kesadaran Umat terhadap Ekonomi Halal

Tren global dan nasional menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya konsumsi produk halal dan penggunaan layanan keuangan syariah (Sakti et al., 2024). Kesadaran ini didorong oleh dakwah keagamaan, kampanye media sosial, dan edukasi publik yang intensif.

O4. Bonus Demografi dan Penetrasi Digital Indonesia mengalami bonus demografi dengan mayoritas penduduk berusia produktif dan melek teknologi. Penetrasi internet dan penggunaan *smartphone* yang tinggi (lebih dari 70% populasi) membuka peluang untuk pengembangan layanan keuangan syariah berbasis digital yang dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas (Fadli, 2025).

O5. Kolaborasi dengan Ekosistem Ekonomi Syariah Global

Muhammadiyah memiliki jaringan internasional dan kemitraan dengan organisasi Islam global yang dapat difasilitasi untuk kerjasama ekonomi syariah, transfer pengetahuan, dan akses pendanaan internasional (Latief, 2016).

Ancaman (*Threats*)

Analisis juga mengidentifikasi beberapa ancaman eksternal yang perlu diantisipasi: T1. Persaingan dengan Lembaga Keuangan Konvensional

Lembaga keuangan konvensional memiliki keunggulan dalam hal modal, jaringan, teknologi, dan pengalaman pasar. Persaingan ini menjadi tantangan bagi lembaga ekonomi Muhammadiyah dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar (Mutia & Musyaffi, 2020).

T2. Kompetisi dengan Lembaga Keuangan Syariah Lain

Selain lembaga konvensional, persaingan juga datang dari lembaga keuangan syariah

lain, termasuk yang dikelola oleh organisasi massa Islam lain seperti Nahdlatul Ulama, serta bank syariah komersial besar seperti Bank Syariah Indonesia (Rahman, 2024).

T3. Volatilitas Ekonomi Makro dan Ketidakpastian Global

Fluktuasi nilai tukar, inflasi, dan dinamika ekonomi global seperti resesi dan krisis keuangan mempengaruhi stabilitas dan kinerja lembaga ekonomi syariah. Ketidakpastian ini meningkatkan risiko kredit dan likuiditas (Bank Indonesia, 2021).

T4. Isu Kepercayaan dan Skandal Keuangan

Beberapa kasus skandal keuangan dan *fraud* di lembaga keuangan syariah, meskipun tidak terkait langsung dengan Muhammadiyah, dapat mempengaruhi kepercayaan publik terhadap sektor ekonomi syariah secara keseluruhan (Saputra & Nugroho, 2024).

T5. Perubahan Preferensi Konsumen dan Disrupsi Teknologi

Perubahan perilaku konsumen yang semakin mobile dan menuntut layanan instan, serta disrupsi teknologi oleh *fintech* dan *big tech* yang memasuki sektor keuangan, menjadi ancaman bagi model bisnis lembaga ekonomi tradisional yang belum bertransformasi digital (Fadli, 2025).

Matriks Strategi SWOT

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal di atas, disusun matriks strategi SWOT yang menghasilkan empat kuadran strategi:

Table 1: Matriks Strategi SWOT Kebijakan Ekonomi Syariah Muhammadiyah

Faktor Internal / Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi SO (Agresif-Ekspansif)	Strategi WO (Turnaround)
	- Ekspansi jaringan BPRS dan BMT ke wilayah potensial dengan memanfaatkan struktur organisasi Muhammadiyah - Penguatan branding ekonomi syariah Muhammadiyah berbasis kepercayaan publik dan legitimasi keagamaan - Sinergi dengan kebijakan pemerintah untuk akses pembiayaan UMKM berbasis syariah - Pengembangan produk keuangan syariah inovatif sesuai kebutuhan segmen pasar digital	- Pengembangan program literasi ekonomi syariah masif di seluruh tingkatan organisasi - Investasi dalam infrastruktur teknologi finansial syariah dan digitalisasi layanan - Konsolidasi dan integrasi sistem manajemen lembaga ekonomi Muhammadiyah - Peningkatan kapasitas SDM melalui sertifikasi profesional dan pelatihan berkelanjutan
Ancaman (T)	Strategi ST (Diversifikasi)	Strategi WT (Defensif)
	Diferensiasi produk berbasis nilai Islam berkembang untuk menghadapi persaingan	Penguatan tata kelola dan sistem kontrol internal untuk mitigasi risiko

2. Membangun ekosistem ekonomi syariah terintegrasi (perbankan, zakat, asuransi, pasar modal) 3. Aliansi strategis dengan lembaga keuangan syariah lain dan organisasi Islam untuk memperkuat posisi pasar 4. Penguatan manajemen risiko dan diversifikasi portofolio untuk mengantisipasi volatilitas ekonomi	2. Fokus pada segmen pasar niche dengan layanan khusus untuk anggota Muhammadiyah 3. Konsolidasi modal dan restrukturisasi lembaga ekonomi yang kurang efisien 4. Peningkatan transparansi dan akuntabilitas publik untuk membangun kepercayaan
---	--

Strategi SO (Agresif-Ekspansif)

Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal untuk mengeksploitasi peluang eksternal. Muhammadiyah dapat melakukan ekspansi geografis lembaga ekonomi syariah dengan memanfaatkan jaringan organisasi yang luas dan kepercayaan publik yang tinggi. Penguatan *branding* ekonomi syariah berbasis nilai Islam berkembang dapat menjadi diferensiasi unik di pasar. Sinergi dengan kebijakan pemerintah dalam pembiayaan UMKM dan program ekonomi kerakyatan membuka akses ke segmen pasar yang lebih luas. Pengembangan produk keuangan syariah inovatif, terutama berbasis digital, dapat menarik segmen pasar muda yang melek teknologi (Fadli, 2025).

Strategi WO (Turnaround)

Strategi WO bertujuan mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Pengembangan program literasi ekonomi syariah secara masif di seluruh tingkatan organisasi dapat mengatasi gap pemahaman anggota dan meningkatkan partisipasi dalam pemanfaatan layanan ekonomi Muhammadiyah. Investasi dalam infrastruktur teknologi finansial syariah dan digitalisasi layanan merupakan keharusan untuk mengikuti tren transformasi digital dan meningkatkan aksesibilitas. Konsolidasi dan integrasi sistem manajemen lembaga ekonomi dapat mengatasi fragmentasi koordinasi dan meningkatkan efisiensi operasional. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui sertifikasi profesional dan pelatihan berkelanjutan akan meningkatkan kualitas layanan dan daya saing (Aisyah, 2022).

Strategi ST (Diversifikasi)

Strategi ST menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Diferensiasi produk berbasis nilai Islam berkembang yang menekankan profesionalisme, transparansi, dan dampak sosial dapat menjadi keunggulan kompetitif menghadapi persaingan ketat. Membangun ekosistem ekonomi syariah terintegrasi yang menghubungkan perbankan, zakat, asuransi, dan pasar modal dapat menciptakan *value chain* yang kokoh dan mengurangi ketergantungan pada satu sektor. Aliansi strategis dengan lembaga keuangan syariah lain dan organisasi Islam dapat memperkuat posisi pasar dan menciptakan sinergi. Penguatan manajemen risiko dan diversifikasi portofolio investasi penting untuk mengantisipasi volatilitas ekonomi makro (Mutia & Musyaffi, 2020).

Strategi WT (Defensif)

Strategi WT bertujuan meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Penguatan tata kelola dan sistem kontrol internal menjadi prioritas untuk mitigasi risiko operasional dan reputasi. Fokus pada segmen pasar *niche* dengan layanan khusus untuk anggota Muhammadiyah dapat membangun basis pelanggan loyal di tengah persaingan ketat. Konsolidasi modal dan restrukturisasi lembaga ekonomi yang kurang efisien perlu dilakukan untuk meningkatkan kesehatan keuangan dan daya tahan organisasi. Peningkatan transparansi dan akuntabilitas publik melalui publikasi laporan keuangan dan kinerja secara berkala dapat membangun kepercayaan dan membedakan diri dari kompetitor yang kurang transparan (Hakim, 2023).

Implikasi Kebijakan Strategis

Berdasarkan analisis SWOT dan matriks strategi di atas, penelitian ini merumuskan beberapa implikasi kebijakan strategis untuk penguatan ekonomi syariah Muhammadiyah:

1. Penguatan Integrasi Ekosistem Ekonomi Syariah Muhammadiyah

Muhammadiyah perlu mengembangkan integrasi horizontal dan vertikal antar lembaga ekonomi syariah, menciptakan ekosistem yang menghubungkan BPRS, BMT, koperasi syariah, LAZISNU, dan Bank Syariah Muhammadiyah dalam satu platform digital terintegrasi. Integrasi ini memungkinkan sinergi layanan, efisiensi operasional, dan pengalaman pelanggan yang seamless (Fadli, 2025).

2. Akselerasi Transformasi Digital dan Adopsi Fintech Syariah

Investasi signifikan dalam teknologi informasi, pengembangan aplikasi mobile banking syariah, dan platform *e-commerce* halal menjadi keharusan. Muhammadiyah dapat bermitra dengan *fintech* syariah atau mengembangkan *super app* ekonomi syariah yang mengintegrasikan layanan perbankan, pembayaran, investasi, dan zakat (Sakti et al., 2024).

3. Program Literasi dan Edukasi Ekonomi Syariah Masif

Muhammadiyah perlu menginisiasi program literasi ekonomi syariah secara nasional yang menjangkau seluruh tingkatan organisasi, dari Pimpinan Pusat hingga ranting, serta masyarakat umum. Program ini dapat diintegrasikan dengan kegiatan dakwah, pendidikan di sekolah dan universitas Muhammadiyah, serta kampanye media sosial (Wulandari, 2023).

4. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia

Pengembangan pusat pelatihan dan sertifikasi profesi ekonomi syariah di lingkungan Muhammadiyah, kerjasama dengan universitas untuk program pendidikan lanjutan, dan rekrutmen tenaga profesional bersertifikat menjadi prioritas untuk meningkatkan kompetensi SDM lembaga ekonomi Muhammadiyah (Aisyah, 2022).

5. Penguatan Branding dan Komunikasi Publik

Muhammadiyah perlu mengembangkan strategi komunikasi dan branding yang kuat untuk ekonomi syariah berbasis nilai Islam berkemajuan. Narasi yang menekankan profesionalisme, dampak sosial, transparansi, dan keberpihakan kepada ekonomi kerakyatan dapat menjadi diferensiasi unik di pasar yang kompetitif (Latief, 2016).

6. Konsolidasi Kelembagaan dan Penguatan Tata Kelola

Restrukturisasi organisasi, penguatan fungsi koordinasi Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan, implementasi sistem pelaporan dan monitoring terintegrasi, serta penerapan prinsip *good corporate governance* di seluruh lembaga ekonomi Muhammadiyah menjadi fondasi keberlanjutan dan akuntabilitas (Hakim, 2023).

7. Kemitraan Strategis dan Kolaborasi Multi-Pihak Muhammadiyah dapat mengembangkan kemitraan dengan pemerintah, sektor swasta, perguruan tinggi, dan organisasi internasional untuk akses pendanaan, transfer teknologi, dan pengembangan kapasitas. Kolaborasi dengan organisasi massa Islam lain dalam isu-isu strategis ekonomi syariah nasional juga dapat memperkuat posisi kolektif (Rahman, 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji kebijakan ekonomi syariah Muhammadiyah melalui pendekatan analisis SWOT untuk penguatan ekonomi umat. Analisis mengidentifikasi bahwa Muhammadiyah memiliki kekuatan signifikan berupa jaringan organisasi yang luas, kepercayaan publik yang tinggi, komitmen terhadap prinsip ekonomi Islam berkemajuan, diversifikasi amal usaha ekonomi, dan pengalaman historis dalam pemberdayaan ekonomi umat. Namun demikian, organisasi juga menghadapi kelemahan internal berupa fragmentasi koordinasi antar lembaga, keterbatasan literasi ekonomi syariah di tingkat akar rumput, minimnya adopsi teknologi finansial, keterbatasan modal dan skala usaha, serta gap kompetensi sumber daya manusia. Dari perspektif eksternal, Muhammadiyah memiliki peluang strategis yang besar dari pertumbuhan industri keuangan syariah nasional, dukungan regulasi pemerintah, meningkatnya kesadaran umat terhadap ekonomi halal, bonus demografi dan penetrasi digital, serta potensi kolaborasi dengan ekosistem ekonomi syariah global. Di sisi lain, ancaman yang perlu diantisipasi meliputi persaingan dengan lembaga keuangan konvensional dan syariah lain, volatilitas ekonomi makro, isu kepercayaan publik, serta disrupsi teknologi. Matriks strategi SWOT menghasilkan empat orientasi kebijakan: strategi SO (agresif-ekspansif) yang memanfaatkan kekuatan untuk mengeksplorasi peluang melalui ekspansi jaringan dan penguatan *branding*; strategi WO (*turnaround*) yang mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang melalui program literasi, investasi teknologi,

dan peningkatan kapasitas SDM; strategi ST (diversifikasi) yang menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman melalui diferensiasi produk dan pembangunan ekosistem terintegrasi; serta strategi WT (defensif) yang meminimalkan kelemahan dan ancaman melalui penguatan tata kelola dan fokus pada segmen pasar tertentu. Implikasi kebijakan yang direkomendasikan mencakup tujuh area strategis: penguatan integrasi ekosistem ekonomi syariah, akselerasi transformasi digital, program literasi ekonomi syariah masif, peningkatan kapasitas SDM, penguatan *branding* dan komunikasi publik, konsolidasi kelembagaan dan penguatan tata kelola, serta pengembangan kemitraan strategis. Implementasi rekomendasi ini diharapkan dapat memperkuat posisi Muhammadiyah sebagai pemain kunci dalam ekosistem ekonomi syariah Indonesia dan meningkatkan kontribusi terhadap penguatan ekonomi umat. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan data sekunder dan belum melibatkan perspektif pelaku langsung di lembaga ekonomi Muhammadiyah. Penelitian mendatang dapat menggunakan metode kualitatif mendalam dengan wawancara pemangku kepentingan atau metode kuantitatif untuk mengukur efektivitas implementasi strategi. Kajian komparatif dengan organisasi massa Islam lain juga dapat memberikan *insights* tambahan untuk pengembangan kebijakan ekonomi syariah yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2022). Tantangan pengelolaan lembaga keuangan mikro syariah Muhammadiyah di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 45-62.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani Press.
- Ascarya. (2015). *Akad dan produk bank syariah*. Raja Grafindo Persada.
- Bank Indonesia. (2021). *Laporan perkembangan keuangan syariah Indonesia 2021*. Bank Indonesia.
- Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2016). *Ekonomi pembangunan syariah*. Rajawali Press.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. The Islamic Foundation.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases* (13th ed.). Prentice Hall.
- Fadli, M. (2025). Bank Syariah Muhammadiyah: Pilar baru ekonomi umat yang berkemajuan. *Jurnal Keuangan Syariah Indonesia*, 11(1), 78-95.
- Hakim, L. (2020). Evaluasi kinerja Baitul Mal wa Tamwil Muhammadiyah dalam pemberdayaan ekonomi mikro. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(4), 234-248.
- Hakim, L. (2023). Transformasi kelembagaan ekonomi syariah Muhammadiyah: Dari gerakan sosial ke industri keuangan. *Islamic Economics Journal*, 9(2), 156-175.
- Latief, H. (2012). *Islamic charities and social activism: Welfare, dakwah and politics in Indonesia*. Utrecht University.
- Latief, H. (2016). Contesting almsgiving in post-New Order Indonesia. *American Journal of Islamic Social Sciences*, 33(1), 16-50.
- Mulkhan, A. M. (2010). *Pemikiran KH Ahmad Dahlan dan Muhammadiyah dalam perspektif perubahan sosial*. Bumi Aksara.
- Mutia, A., & Musyaffi, A. M. (2020). Analisis SWOT perbankan syariah Indonesia dalam menghadapi era revolusi industri 4.0. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 4(1), 45-60.
- Nashir, H. (2015). *Memahami ideologi Muhammadiyah*. Suara Muhammadiyah.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Roadmap pengembangan keuangan syariah Indonesia*

2017-2019. OJK.

- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah. (2015). *Pedoman amal usaha ekonomi Muhammadiyah*. PP Muhammadiyah.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah. (2020). *Laporan tahunan Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020*. PP Muhammadiyah.
- Rahman, A. (2024). Strategi pengembangan ekonomi syariah di Kota Medan menggunakan analisis SWOT. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 10(2), 112-130.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, M. (2023). Peran Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan Muhammadiyah dalam pengembangan ekonomi syariah berbasis kerakyatan. *Millah: Jurnal Studi Agama*, 22(2), 345-368.
- Rusydiana, A. S., & Firmansyah, I. (2017). Prioritas pengembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia: Pendekatan Analytical Network Process. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(3), 456-468.
- Sakti, M. R. P., Aziz, F., & Mulyani, E. (2024). Perkembangan dan tantangan ekonomi syariah Indonesia di era digital. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15(1), 23-42.
- Saputra, R., & Nugroho, A. (2024). Analisis SWOT pada manajemen strategi perbankan syariah Indonesia. *Islamic Banking and Finance Journal*, 6(1), 88-105.
- Wulandari, D. (2023). Efektivitas program pemberdayaan ekonomi LAZISMU dalam peningkatan kesejahteraan mustahik. *Ziswaf: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 10(1), 67-84.