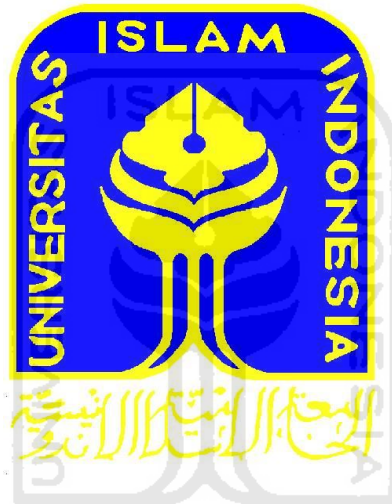


TESIS

**ANALISIS SWOT PERTUMBUHAN KREDIT UMKM
KECAMATAN NGAGLIK DAN SLEMAN KOTA DI
WILAYAH KABUPATEN SLEMAN**

(Studi Kasus pada PT BPR danagung Bakti Yogyakarta)



NOOR WIKAS SAPUTRO

09916087

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2010

**ANALISIS SWOT PERTUMBUHAN KREDIT UMKM
KECAMATAN NGAGLIK DAN SLEMAN KOTA DI
WILAYAH KABUPATEN SLEMAN**

(Studi Kasus pada PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta)

**Tesis untuk memperoleh Gelar Magister pada Program Pascasarjana
Magister Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**

Universitas Islam Indonesia



**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2010



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

MAGISTER TEKNIK INDUSTRI : Konsentrasi Teknik Industri dan Manajemen Industri

MAGISTER INFORMATIKA : Konsentrasi Informatika Medis dan Sistem Informasi Enterprise

Kampus : Jalan Kaliurang Km. 14,4 Telp. (0274) 895287, 895007 Facs. (0274) 895007; Kotak Pos 75 Sleman 55501 Yogyakarta

[Http://master.industry.uii.ac.id](http://master.industry.uii.ac.id) atau <http://www.fit.uii.ac.id> e-mail: administrasi@mti.uii.ac.id; informatika@fti.uii.ac.id; fti@uii.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 177/Dir/20/Pps.MTI/VIII/2010

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Dr. Sri Kusumadewi, S.Si., MT**
Jabatan : **Direktur Program Pascasarjana FTI UII**
Alamat : **Jl. Kaliurang Km. 14,4 Yogyakarta**

Menerangkan bahwa yang tersebut dibawah ini :

Nama : **Noor Wikas Saputro**
Nomor Mhs. : **09916087**
Konsentrasi : **Manajemen Industri**

Adalah benar-benar **MAHASISWA AKTIF** Program Pascasarjana - Magister Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian Tugas Akhir (Tesis) dengan judul "Strategi Marketing yang Efektif Bagi Pertumbuhan Kredit UMKM PT. BPR Danagung Bakti Yogyakarta".

Demikian keterangan ini dibuat, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 28 Agustus 2010



Direktur,

[Handwritten Signature]
Dr. Sri Kusumadewi, S.Si., MT



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

MAGISTER TEKNIK INDUSTRI : Konsentrasi Teknik Industri dan Manajemen Industri

MAGISTER INFORMATIKA : Konsentrasi Informatika Medis dan Sistem Informasi Enterprise

Kampus : Jalan Kaliurang Km. 14,4 Telp. (0274) 895287, 895007 Facs. (0274) 895007; Kotak Pos 75 Sleman 55501 Yogyakarta

[Http://master.industry.uii.ac.id](http://master.industry.uii.ac.id) atau <http://www.fit.uii.ac.id> e-mail: administrasi@mti.uii.ac.id; informatika@fti.uii.ac.id; fti@uii.ac.id

Nomor : 186/Dir/20/Pps.FTI/IX/2010

Hal : Keterangan Melakukan Tesis

Lamp : -

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami memberitahukan bahwa mahasiswa Program Pascasarjana Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia yang tersebut dibawah ini:

Nama : Noor Wikas Saputro

No. Mhs : 09916087

Konsentrasi : Manajemen Industri

Sedang melakukan Tesis dengan judul "Strategi Marketing yang Efektif bagi Pertumbuhan Kredit UMKM di Wilayah Kabupaten Sleman oleh PT BPR Danagung Bakti, Yogyakarta".

Demikian keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 19 September 2010



Direktur Pps-FTI, UII.

Sri Kusumadewi, S.Si., MT



PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT
Danagung Bakti

Jl. Kaliurang Km. 5,8 Gang Pandega Satya No. 26 A (Ring Road Utara) Yogyakarta
Telp. (0274) 883089, Hunting Fax. 883090

Kpts. Ment. Keu. No. : 267 / KM.13 / 1990

SURAT KETERANGAN

No : 025 /SKL/ DB/03/2011

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andiarto, SE

Jabatan : Kasie Kredit Umum

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa nama tersebut di bawah ini :

Nama : Noor Wikas Saputro

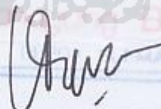
No. Mahasiswa : 09916087

No. HP : 0817273628 / 08112539696

Adalah benar merupakan mahasiswa Magister Teknik Industri Universitas Islam Indonesia yang telah selesai melakukan penelitian riset / thesis tugas akhir pada PT BPR Danagung Bakti di Jl. Kaliurang Km 5,8 Ring Road Utara Yogyakarta.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 17 Maret 2011


(Andiarto, SE)



Kontrak Kerja : Surveyor
Tim Penelitian Survei Potensi Industri Kecil Di Kabupaten Sleman 2010
Kerjasama ; PT BPR Danagung Bakti, BDSP UII & Program Pascasarjana FTI UII

Yang bertandatangan dibawah ini:

Dr Ir Harsoyo, M.Sc

Tim Penelitian Survei Potensi Industri Kecil di Kabupaten Sleman 2010
Gedung Danagung Bakti Jl Lingkar Utara Yogyakarta, selanjutnya sebagai pihak pertama

dan

Noor Wikas Saputro

Perkebunan Pare-Pare Sei Suka Kabupaten Batu Bara Propinsi Sumatera Utara, selanjutnya sebagai pihak kedua

Pihak Pertama memberikan tugas pada Pihak Kedua sebagai Surveyor Tim Penelitian Survei Potensi Industri Kecil di Kabupaten Sleman 2010 dengan kesepakatan kerja sebagai berikut :

1 Lingkup Kerja

- a. Melakukan Survai Potensi Industri Kecil Di Kabupaten Sleman di Kecamatan Ngaglik dan Kecamatan Sleman Kabupaten Sleman Propinsi daerah Istimewa Yogyakarta
- b. Metode Survai yang digunakan adalah wawancara terpandu [kuisisioner] yang telah disediakan.
- c. Membuat dan Melaporkan hasil Survai sesuai format yang telah disediakan.
- d. Jumlah responden yang wajib dipenuhi adalah 100 [seratus] responden, terdiri dari 40 responden di wilayah Kecamatan Ngaglik dan 60 responden di wilayah Kecamatan Sleman.

2 Periode Waktu Kerja

Periode waktu kerja untuk melakukan Survai Potensi Industri Kecil Di Kabupaten Sleman adalah mulai tanggal 24 Agustus 2010 sampai dengan tanggal 25 Oktober 2010

3 Pelaporan Kegiatan

Pihak kedua diwajibkan untuk membuat dan melaporkan secara berkala hasil Survai Potensi Industri Kecil di Kabupaten Sleman sebagai berikut, pada tanggal 7 September, 21 September, 5 Oktober, 19 Oktober, 26 Oktober 2010, selambatnya jam 9pm WIB

4 Kompensasi

Pihak kedua akan mendapatkan kompensasi dari Pihak Pertama, sebesar Rp 1.500.000,- [satu juta lima ratus ribu rupiah], dengan pembayaran adalah sebagai berikut:

- Tahap 1 : sebesar 40% [empat puluh persen] selambatnya 3 [tiga] hari kerja, setelah penandatanganan kontrak kerja = Rp 600.000,-
- Tahap 2 : sebesar 60% [enam puluh persen], selambatnya 3 [tiga] hari kerja, setelah laporan dinyatakan diterima = Rp 900.000,-

Yogyakarta, 21 Agustus 2010

Pihak Pertama


Dr Ir Harsoyo, M.Sc

Pihak Kedua

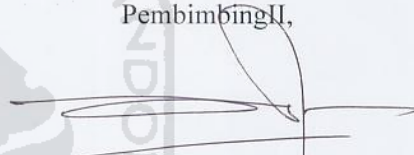

Noor Wikas Saputro

Lembar Pengesahan

TESIS TELAH DISETUJUI
PADA TANGGAL.....

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Drs. Anas Hidayat, MBA., Ph.D
NIR: ..88.311.01.02.....

Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc
NIP : 95572 0102.....

Mengetahui

Direktur Magister Teknik Industri



Dr. Sri Kusumadewi, S.Si., MT

NIP :

Tesis Telah Diuji dan Dinilai Oleh Panitia Penguji

Program Magister Teknik Industri

Universitas Islam Industri

Pada Tanggal : 4 April 2011

Drs. Anas Hidayat, MBA, Ph.D

Ketua

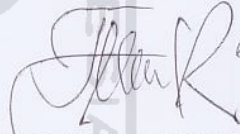
Penguji I


ANAS HIDAYAT

Drs. Ir. Faisal RM, MSIE., Ph.D

Anggota I

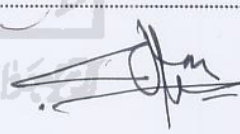
Penguji II

 6/5/2011

Dr. Ir. Farham HM Saleh, MSIE

Anggota II

Penguji III



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini ku Persembahkan Untuk :

- *Allah SWT yang telah memberiku Rahmat, Hidayah, Kemudahan, dan kekuatan untuk menyelesaikan amanah ini.*
- *Bapak dan Ibuku serta Adik – adikku yang selalu memberiku motivasi, doa dan mengajarku tentang kesabaran, mengingatkanku untuk sholat dan terus berdo'a serta selalu memberikan nasehat yang sangat berarti didalam kehidupanku,*
- *Perguruan Pencak Silat PPS Betako Merpati Putih.*
- *Semua keluarga dan sahabat yang selalu mendoakan, memberi nasehat dan motivasi dalam segala hal.*

MOTTO

" Jadikan sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu' "

(Q.S. Al Baqarah : 45)

" Sungguh, bersama kesukaran itu pasti ada kemudahan. Oleh karena itu, jika kamu sudah selesai dari suatu tugas, kerjakan tugas lain dengan sungguh-sungguh dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu memohon dan mengharap "

(Q.S ASY SYARH ; 6 - 8)

" Barang siapa yang menempuh perjalanan untuk menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju ke surge "

(H.R. MUSLIM)

" Perumpamaan orang yang menuntut ilmu kemudian tidak mengamalkannya seperti orang yang menimbun (menyimpan) hartanya kemudian tidak membelanjakannya "

(H.R. TABRANJ dari ABU HURAIRAH)

" Amal yang paling disenangi oleh Allah, ialah amal yang terus menerus dikerjakan walaupun sedikit "

(H.R BUKHORI & MUSLIM)

" Sumbangsihku Tak Berkarga Namun Keikhlasanku Nyata..... "

(Perguruan Pencak Silat PPS Betako Merpati Putih)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur Alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia – Nya. Shalawat serta salam senantiasa selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi'in dan para pengikutnya setia beliau hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan thesis ini dengan judul *“Analisis SWOT Pertumbuhan Kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Wilayah Kabupaten Sleman (Studi Kasus Pada PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta)”*, sebagai syarat untuk mendapat gelar Magister Teknik pada Program Pasca Sarjana Magister Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyelesaian thesis ini, penulis banyak menerima bantuan. Baik itu berupa bantuan moril dan materiil, masukan ide dan saran berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Sri Kusumadewi, S.Si., MT selaku Direktur Program Pasca Sarjana Magister Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Anas Hidayat, MBA., Ph.D selaku dosen pembimbing I dan Bapak Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc selaku dosen pembimbing II

yang telah memberikan nasehat, motivasi dan pengarahannya untuk terselesaikannya karya tulis thesis ini.

3. Bapak Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc dan Bapak Jerri Irgo Iwan Suwantha, SE,MM selaku mitra/partner dari BPSD UII dan MTI UII hingga selesainya karya tulis thesis ini.
4. Segenap Pimpinan dan Karyawan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan kerjasamanya dalam menyelesaikan karya tulis thesis ini.
5. Ayahanda tercinta H. Wiyono Utomo dan Ibuku tercinta Hj. Umi Kastiwan serta adik - adikku Adi Wika Prasetya, SKG dan Rizky Wika Ayu Sekarini yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tanpa henti.
6. Terimakasih kepada nduk tersayang Rr. Ayu Diah Nurhasanah yg selalu memberikan motivasi dan do'a, semoga cepet juga selesai kuliahnya di Universitas Padjajaran, Bandung.
7. Untuk Guru Besarku Poerwoto Hadi Purnomo (Mas Pung) dan Pewaris dari Perguruan Pencak Silat PPS Betako Merpati Putih beserta para anggota dan saudara-saudaraku di PPS Betako Merpati Putih. Terima kasih atas restu, doa, motivasi bimbingan dan nasehatnya.
8. Untuk Kang Mas Dimas selaku Pewaris Perguruan Pencak Silat Kriya Yudha Sinalika, terima kasih banyak untuk doa, nasehat dan motivasinya.

9. Adik-adikku di UKM Pencak Silat PPS Betako Merpati Putih Universitas Islam Indonesia dan UKM Pencak Silat Perisai Diri teruskan perjuangan kita bersama dan teruslah berlatih dengan giat guna menjunjung tinggi harga diri almamater dengan terus torehkan prestasi di tingkat nasional dan internasional.
10. Kepada teman-teman MTI khususnya VI (Frendy, Pak Agus, Mas Dzikru, Rahmad, Echi, Mas Anas, Risman, Evi, Echi, Minggu, Nurcholik, Beta, Ratih, Fahri dan teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu) terimakasih atas waktu bersama-sama dari awal kuliah hingga sekarang.
11. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik selama penulis yang menjalani kuliah maupun saat menulis thesis yang tidak dapat kusebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis menyadari sepenuhnya bahwa thesis ini masih jauh dari sempurna, sumbang fikir dan koreksi akan sangat bermanfaat dalam melengkapi dan menyempurnakan langkah – langkah lanjut demi hasil yang lebih baik. Semoga thesis ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi acuan untuk penelitian berikutnya yang lebih baik lagi. Amiin...

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 April 2011

Penulis,

Noor Wikas Saputro, SE

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Prasyarat	ii
Halaman Lembar Pengesahan Tesis	iii
Halaman Pengesahan Ujian	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Motto	vi
Halaman Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Halaman Lampiran	xv
Daftar Abstraksi	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9

1.6 Keaslian Penelitian	10
-------------------------------	----

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Tujuan Perusahaan	11
2.1.2 Konsep Strategi.....	14
2.1.3 Perencanaan Strategi	16
2.1.4 Analisis SWOT	18
2.2 Bank Perkreditan Rakyat	24
2.2.1 Sejarah Bank Perkreditan Rakyat	24
2.2.2 Kegiatan Usaha Bank Perkreditan Rakyat.....	26
2.2.3 Strategi Penguatan dan Peningkatan Peran BPR Dalam Rangka Pelayanan Kepada UMKM.	27
2.2.4 Profil PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta	29
2.3 Penelitian-Penelitian Terdahulu	31

BAB	Halaman
-----	---------

BAB III KERANGKA KONSEP

3.1 Kerangka Konsep Penelitian	34
3.2 Analisis SWOT	35

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian	40
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
4.3 Penentuan Sumber Data	41

4.4 Variabel penelitian	43
4.5 Instrumen Pengambilan Data	44
4.6 Prosedur Penelitian	45
4.7 Pembatasan Penelitian	47
4.8 Alat Analisis	48
BAB V HASIL PENELITIAN	
5.1 Hasil Analisis SWOT	58
BAB VI PEMBAHASAN	
6.1 Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	
7.1 Kesimpulan	75
7.2 Keterbatasan Penelitian	76
7.3 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
Tabel 4.1 Contoh Matriks SWOT	48
Tabel 4.2 Faktor-Faktor Strategis Internal (IFAS).....	51
Tabel 4.3 Faktor-Faktor Strategis Eksternal (EFAS).....	52
Tabel 5.1 Penentuan Faktor Strategis, Bobot dan Kategori Kondisi Eksternal PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta	60
Tabel 5.2 <i>External Strategic Factors Analysis (EFAS)</i>	61
Tabel 5.3 Penentuan Faktor Strategis, Bobot dan Kategori Kondisi Internal PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta	63
Tabel 5.4 <i>Internal Strategic Factors Analysis (IFAS)</i>	64
Tabel 5.5 Matriks SWOT Pertumbuhan Kredit PT Danagung Bakti Yogyakarta	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Determinasi Tujuan Perusahaan	13
Gambar 2.2 Konteks Perumusan Strategi Bersaing	17
Gambar 2.3 Skema Matriks SWOT	19
Gambar 2.4 Diagram Analisis SWOT	21
Gambar 2.5 Peta <i>Positioning</i> dan Evaluasi Matrik SWOT	22
Gambar 3.1 Bagan Kerangka Konsep Penelitian	34
Gambar 3.2 Skema Analisis SWOT	36
Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT	54
Gambar 4.2 Peta <i>Positioning</i> dan Evaluasi Matrik SWOT	55
Gambar 5.1 Diagram Analisis SWOT Pertumbuhan Kredit PT BPR Danagung Bakti	65
Gambar 5.2 Peta <i>Positioning</i> dan Evaluasi Strategi Pertumbuhan Kredit PT BPR Danangung Bakti Yogyakarta	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Surat Keterangan Tesis	83
Surat Keterangan Tesis PT BPR Danagung Bakti	85
Kontrak Kerja Penelitian	86
Kuesioner	87
Laporan Keuangan	93
Komposisi Karyawan	107
Data Kuesioner	108



ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis BPR cukup signifikan, artinya bahwa bisnis ini tengah tumbuh dalam industri perbankan Indonesia. BPR dianggap mampu menjadi sumbu perekonomian nasional. Dengan melihat perkembangan jumlah usaha di Kabupaten Sleman yang cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, maka diharapkan peran PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta lebih meningkatkan perkembangan UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman. Peranan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memang dirasakan memiliki nilai strategis karena selama ini memang PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memiliki kedekatan dengan Usaha Kecil dan Menengah yang selama ini dijalankan. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan mengenai strategi PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam meningkatkan peran BPR dalam pembiayaan UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota. Maka penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif.

Analisis lingkungan secara internal, PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memiliki sumberdaya manusia yang dapat dikembangkan, namun ditemukan beberapa kelemahan sebagai berikut: (1) Kegiatan operasional yang belum didukung oleh teknologi dan sistem yang memadai (2) Perlunya optimalisasi penyaluran kredit (3) Fungsi pengawasan dan pengendalian yang belum maksimal. Sedangkan lingkungan eksternal, secara umum menunjukkan bahwa kondisi perekonomian, politik, dan pemerintahan Indonesia saat ini mulai membaik. Kondisi ini memunculkan berbagai peluang yang harus dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam industri perbankan,

Berdasarkan analisis SWOT maka PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta menerapkan strategi yang bersifat agresif. Sifat agresif merupakan sifat menarik pada lingkungan industri yang selalu mengalami perubahan, dengan demikian perusahaan mendapatkan nilai dari keunggulan finansialnya. Oleh karena itu, PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam implementasi strateginya diupayakan mendukung strategi agresif, yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

Kata Kunci: Bank Perkreditan Rakyat (BPR), SWOT, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

ABSTRACT

The development of the BPR business was significant enough, it's mean that the business was growing in the Indonesian banking industry. BPR could it was considered become the economic fuse national. With saw the development of the number of efforts in Sleman regency that tended to experience the increase from the year to the year, then was hoped the role of PT BPR Bank Danagung Bakti Yogyakarta more increased his role n an effort to increase the UMKM development in Ngaglik and Sleman Kota district of Sleman Regency. The PT BPR Bank Danagung Bakti Yogyakarta role was indeed felt had the strategic value because until now indeed PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta had the nearness with small and medium business that until now were undertaken. In accordance with the aim of this research that is to description concerning the PT BPR Bank Danagung Bakti Yogyakarta strategy in increasing the BPR role in UMKM funding in Ngaglik and Sleman Kota districts. Then this research including in the descriptive research kind.

The analysis of the environment internally, the PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta had human resources that could be developed, but were found by several weaknesses as follows: (1) the operational activity that was not yet supported by tecnology and the adequate system (2) need credit support optimalized (3) the function of the supervision and the control that were not yet maximal. Whereas the external environment, generally showed that the condition for the economy, politics, and the Indonesian government at this time began to improve. This condition showed various opportunities that must be made use of by the company to win the competition in the banking industry.

Based on Analysis SWOT then the PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta applied the strategy that was aggressive. The aggressive characteristics were the interesting characteristics in the industrial environmental that always experienced the charge, therefore the company got the value from his financial superiority. Because of that the PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta was in the implementation of the strategic importance striven for supported the aggressive strategy, that is creating the strategy that used the strength to make us of the opportunity.

Keyword: Rural Bank (BPR), SWOT, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah telah memberlakukan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada tanggal 4 Juli 2008. Undang-Undang ini merupakan landasan dan payung hukum untuk memberdayakan UMKM di tanah air. Undang-Undang ini, auranya adalah pemberdayaan, dimana esensi dari pemberdayaan itu adalah unsur penciptaan iklim usaha serta pembinaan dan pengembangan. Penciptaan iklim usaha merupakan refleksi tugas pemerintah yang diwujudkan dalam berbagai bentuk kebijakan, peraturan dan perundangan yang mengarahkan untuk mengatasi permasalahan eksternal yang dihadapi UMKM dan memfasilitasi terbukanya peluang berusaha secara berkeadilan. Dalam undang-undang ini penciptaan iklim usaha mencakup aspek pendanaan, sarana dan prasarana, informasi usaha, perijinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang dan dukungan kelembagaan sedangkan pembinaan dan pengembangan usaha merupakan upaya yang dilakukan pemerintah bersama dunia usaha dan masyarakat. Pengembangan usaha terhadap UMKM yang dilakukan dengan partisipasi dunia usaha dan masyarakat itu berdimensi luas menyangkut bidang fungsi bisnis atau usaha, yaitu: produksi, pemasaran, sumber daya manusia dan teknologi (Basuki, 2009).

Perhatian pemerintah terhadap UMKM disebabkan karena UMKM secara nyata telah terbukti memberikan kontribusi yang besar terhadap produk domestik bruto (PDB), yaitu sebesar 53,28 persen (BPS, 2006). Jumlah usaha mikro, kecil dan menengah juga sangat banyak, yaitu mencapai 48,9 juta unit atau 99,98 persen dari seluruh pelaku bisnis yang ada (BPS, 2006). Bahkan tidak kalah pentingnya dalam penyerapan tenaga kerja, yakni sebesar 85,4 juta jiwa atau 96,18 persen dari total angkatan kerja yang ada. Demikian juga dari sebanyak 134.963 koperasi yang ada dengan 27,28 juta orang anggota merupakan aset yang harus terus dikembangkan guna ikut berperan lebih besar lagi ke depan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi bangsa ini (Dipta, 2008).

Pengakuan terhadap keberadaan UMKM juga sangat tinggi di negara-negara maju. Berbagai negara seperti Amerika Serikat, Kanada, Jepang, Taiwan, Italia, dan beberapa negara maju lainnya sudah mengakui UMKM memberikan andil yang besar dalam pembangunan nasional negara tersebut. Jumlah usaha kecil di Amerika Serikat diperkirakan sebanyak 99,7% dari seluruh pemberi kerja atau sekitar 22,9 juta pada tahun 2002. Mereka menyerap 50% dari seluruh angkatan kerja sektor swasta. Setiap tahun, usaha kecil di Amerika Serikat mampu menyerap 60-80 persen angkatan kerja baru. Usaha kecil di Amerika Serikat mampu memberikan kontribusi 50% terhadap *Gross Domestic Product* (GDP) di luar pertanian. UMKM juga memasok 22,8% terhadap nilai kontrak utama pemerintah pusat atau setara 50 miliar dolar pada tahun 2001. Mereka menghasilkan paten per karyawan 13-14 kali

lebih banyak dibandingkan dengan usaha besar. Hal yang sama terjadi di Jepang pada tahun 2007 terdapat 4,33 juta atau 99,7% dari total perusahaan yang ada tergolong UMKM. Jumlah UMKM tersebut telah menyerap sebanyak 28,09 juta tenaga kerja atau 71% dari total angkatan kerja yang ada dan perannya dalam ekspor sebesar 146 triliun yen atau 49,4% (Dipta, 2009).

Bertolak dari kenyataan tersebut, ada tiga alasan penting yang mendasari pembentukan Undang-Undang tentang UMKM. Pertama, pembangunan nasional harus dilaksanakan berdasarkan demokrasi ekonomi untuk terwujudnya masyarakat adil makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945 dan menjalankan TAP MPR Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi dengan pemberdayaan UMKM sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang, berkembang dan berkeadilan. Kedua, pemberdayaan terhadap UMKM harus diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan. Ketiga, UMKM sebagai bagian terbesar dari lapisan pelaku usaha di Indonesia harus memperoleh jaminan kepastian dan keadilan usaha.

Adanya lembaga keuangan lokal (*local financial institutions*) merupakan salah satu faktor penting untuk mendukung percepatan pengembangan UKM di daerah. Lembaga keuangan lokal yang telah banyak berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah adalah Bank Perkreditan Rakyat (BPR). BPR adalah salah satu bentuk lembaga keuangan

mikro di Indonesia yang telah memiliki akar dalam sosial ekonomi masyarakat pedesaan Indonesia, hal ini dapat dilihat dengan telah adanya lembaga perkreditan masyarakat seperti Lembaga Perkreditan Rakyat di pulau Jawa pada tahun 1990 (Colter, 1994).

BPR merupakan salah satu jenis khusus dalam struktur perbankan di Indonesia. Bank ini dibedakan dari bank umum karena memiliki kekhususan berupa batasan dan aturan dalam kegiatan usahanya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan. Industri BPR menempati peran yang cukup strategis dalam perekonomian Indonesia terutama dalam mendorong perkembangan UMKM. BPR memiliki karakter khusus seperti: memiliki berbagai bentuk pelayanan keuangan simpan pinjam, yang terutama ditujukan untuk melayani usaha-usaha kecil dan masyarakat di pedesaan dengan sistem serta prosedur yang sederhana dan sesuai dengan kebutuhan UMK (Sutopo, 2005). Implikasinya adalah hubungan kemitraan yang solid dan bersifat mutualisme menjadi keunggulan BPR dibanding dengan bank umum (Rahman, 2004).

Dibandingkan dengan kondisi bank umum, peran BPR sebagai lembaga intermediasi telah dilaksanakan dengan baik, hal itu tercermin dalam rasio dari kredit yang disalurkan bank dengan jumlah dana yang dihimpun dari masyarakat atau LDR (*loan to deposit ratio*) sebesar 118,60 persen. Kondisi itu menunjukkan seluruh dana yang diterima telah disalurkan kembali dalam bentuk kredit. Kondisi ini menjelaskan bahwa sektor perdagangan dan pertanian menjadi sektor yang paling tinggi memperoleh

penyaluran kredit dari BPR. Sektor perdagangan mencapai 39,8 persen dan sektor pertanian mencapai 18,31 persen. Sebagian besar kredit itu disalurkan untuk modal kerja 69,18 persen dan konsumsi 27,19 persen. Bahkan dari sisi rasio kredit bermasalah terhadap total kredit atau Non Performing Loan (NPL) mampu dijaga pada level yang cukup aman kurang dari enam persen yakni pada angka 5,16 persen (Sucipto, 2009).

Berdasarkan data di Bank Indonesia, sampai saat ini terdapat 54 BPR yang tersebar di seluruh kabupaten/kota di Yogyakarta. Data tersebut menunjukkan total aset BPR untuk posisi Desember 2008 mencapai Rp 2,1 triliun. Kredit yang dikucurkan sebesar Rp 1,92 triliun dan dana dari pihak ketiga mencapai Rp 1,46 triliun. Pertumbuhan total aset mencapai 3,31 persen tahun 2008. Kredit diberikan tumbuh 12,71 persen dan dana dari pihak ketiga juga naik sebesar 5,94 persen dari tahun 2007 (Sucipto, 2009).

Data BPR di wilayah Kabupaten Sleman sampai akhir tahun 2008 terdapat 30 BPR dengan total aset mencapai Rp 540,64 miliar. Kredit yang disalurkan mencapai Rp 462,17 miliar dan dana pihak ketiga yang masuk Rp 300,84 miliar. Total aset BPR di Kabupaten Sleman mencapai 11,04 persen dari total BPR di Yogyakarta. Kredit yang disalurkan mencapai 12,53 persen sedangkan dana pihak ketiga 12,10 persen dibandingkan dengan angka Yogyakarta. Realisasi aset PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta pada posisi 31 Desember 2009 mencapai Rp 53.869.078.000 atau lebih tinggi 9,5 persen dari yang dianggarkan yaitu Rp 49.163.632.000. Peningkatan ini terutama karena peningkatan dana dari pihak ketiga yang mencapai Rp 4.705.446 atau

naik 11,5 persen dari target Rp 40.863.899.000 yang ditetapkan. Sementara dana yang disalurkan dalam bentuk kredit mengalami kenaikan Rp 74.000.000 yang mayoritas tersalur pada kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota yang memiliki banyak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kategori kesehatan bank juga berhasil dinaikkan dari sebelumnya cukup sehat menjadi sehat. Berdasarkan data tersebut, tampak bahwa perkembangan bisnis BPR cukup signifikan, artinya bisnis ini tengah tumbuh dalam industri perbankan Indonesia. BPR dianggap mampu menjadi sumbu perekonomian nasional (Bank Indonesia, 2009).

Peran BPR sebagai lembaga intermediasi yang mudah diakses usaha rakyat pedesaan diharapkan mampu mengembangkan dan meningkatkan daya saing UMKM sebenarnya sudah dirintis oleh Bank Indonesia dengan menerbitkan Cetak Biru BPR 2006. Bank Indonesia (2006) menyarankan untuk meningkatkan peran BPR dalam pemberian pelayanan kepada UMKM. Saran tersebut adalah memperkuat kelembagaan BPR dengan membenahi berbagai faktor di antaranya struktur pendanaan, sumber daya manusia, selera konsumen, infrastruktur pendukung, dan masih belum efisiennya operasional BPR.

PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta sebagai salah satu Perusahaan Daerah milik Pemerintah Kota Yogyakarta berkewajiban untuk meningkatkan kinerjanya sehingga mampu mengatasi kompetisi industri perbankan yang ketat. Peran PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam mengembangkan UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman tidak

terlepas dari kebijakan pemerintah dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga menuntut lembaga keuangan lokal untuk turut mensukseskan program tersebut dalam pembiayaan UMKM tersebut. Hal ini tidak mudah karena PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memiliki jumlah karyawan yang sangat banyak untuk ukuran perusahaannya, kurang memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan keterbatasan penguasaan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk peningkatan peran PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman.

Dalam menganalisis pengembangan strategi pemasaran BPR bagi pertumbuhan kredit UMKM, peneliti menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Treaths*). Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT ini digunakan untuk menentukan strategi pemasaran PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta yang efektif bagi pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman.

1.2 Rumusan Masalah

Keberadaan BPR bagi masyarakat di daerah pedesaan diharapkan mampu menjadi ujung tombak dalam pembiayaan sektor UMKM. Namun demikian, penyaluran kredit bank umum terhadap UMKM masih rendah. Hal ini disebabkan antara lain: (1) masih terbatasnya informasi berkaitan dengan

UMKM, (2) tingginya resiko UMKM dan (3) masih tingginya bunga kredit yang disebabkan karena perbankan belum efisien, target profit yang harus dicapai dan adanya mekanisme *price leader* dan *price follower* dalam penurunan suku bunga (Baas dan Schrooten, 2005).

Dengan melihat perkembangan jumlah usaha di Kecamatan Ngaglik dan Kecamatan Sleman Kota yang cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, maka diharapkan peran PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta lebih meningkatkan perannya dalam mengembangkan UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman. Peranan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memang dirasakan memiliki nilai yang strategis karena selama ini memang PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memiliki kedekatan dengan Usaha Kecil dan Menengah yang selama ini dijalankan.

Dengan menggunakan analisis SWOT, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal yang ada di PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam meningkatkan pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman ?.
2. Bagaimana posisi strategi bersaing PT. BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam meningkatkan pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman ?.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan penelitian ini dititikberatkan pada analisis SWOT pemasaran jasa kredit PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data pemasaran kredit dari pelaku UMKM pada 2 (dua) kecamatan di Kabupaten Sleman yakni Kecamatan Ngaglik dan Kecamatan Sleman Kota. Periode penelitian ini adalah mulai tanggal 24 Agustus 2010 sampai dengan tanggal 25 Oktober 2010.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor internal dan eksternal lingkungan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta untuk meningkatkan pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman.
2. Menentukan posisi strategi bersaing PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam meningkatkan pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi manajemen dan pengambil keputusan di PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan

acuan awal untuk menyusun *grand strategy* dan strategi operasional perusahaan dalam usahanya menjadi lebih kompetitif, khususnya dalam hal pembiayaan UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Kecamatan Sleman Kota.

2. Bagi pemerintah Kabupaten Sleman, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan arah yang lebih jelas sebagai dasar pengambilan kebijaksanaan tentang pengelolaan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan komponen bagi hasil Perusahaan Daerah.
3. Bagi calon investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran atas kondisi dan strategi PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta sebagai bank yang memiliki prospek kompetitif di masa yang akan datang.
4. Bagi kalangan akademis yang berminat terhadap studi mengenai strategi pemasaran kredit dalam industri perbankan, khususnya BPR, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi.

1.6 Keaslian Penelitian

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sejenis tentang strategi pemasaran Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah strategi pemasaran peran Bank Perkreditan Rakyat (BPR) lebih difokuskan pada masalah pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Kecamatan Sleman Kota di Kabupaten Sleman serta lokasi yang digunakan juga berbeda, yaitu peneliti mengadakan studi di PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Tujuan perusahaan

Menurut Suwarsono (2000) perusahaan didirikan dengan tujuan pokok untuk memperoleh laba, meningkatkan harga saham, meninggikan volume penjualan dan mempertahankan keberlangsungan hidupnya. Seringkali disebutkan bahwa tujuan yang pertama merupakan tujuan pemilik, setidaknya bagi perusahaan yang belum menjadi perusahaan publik. Jenis tujuan yang kedua biasanya berlaku bagi perusahaan yang sudah menjadi perusahaan publik. Untuk mencapai tujuan perusahaan yang ditetapkan tersebut perlu memperhatikan dua faktor penting, antara lain :

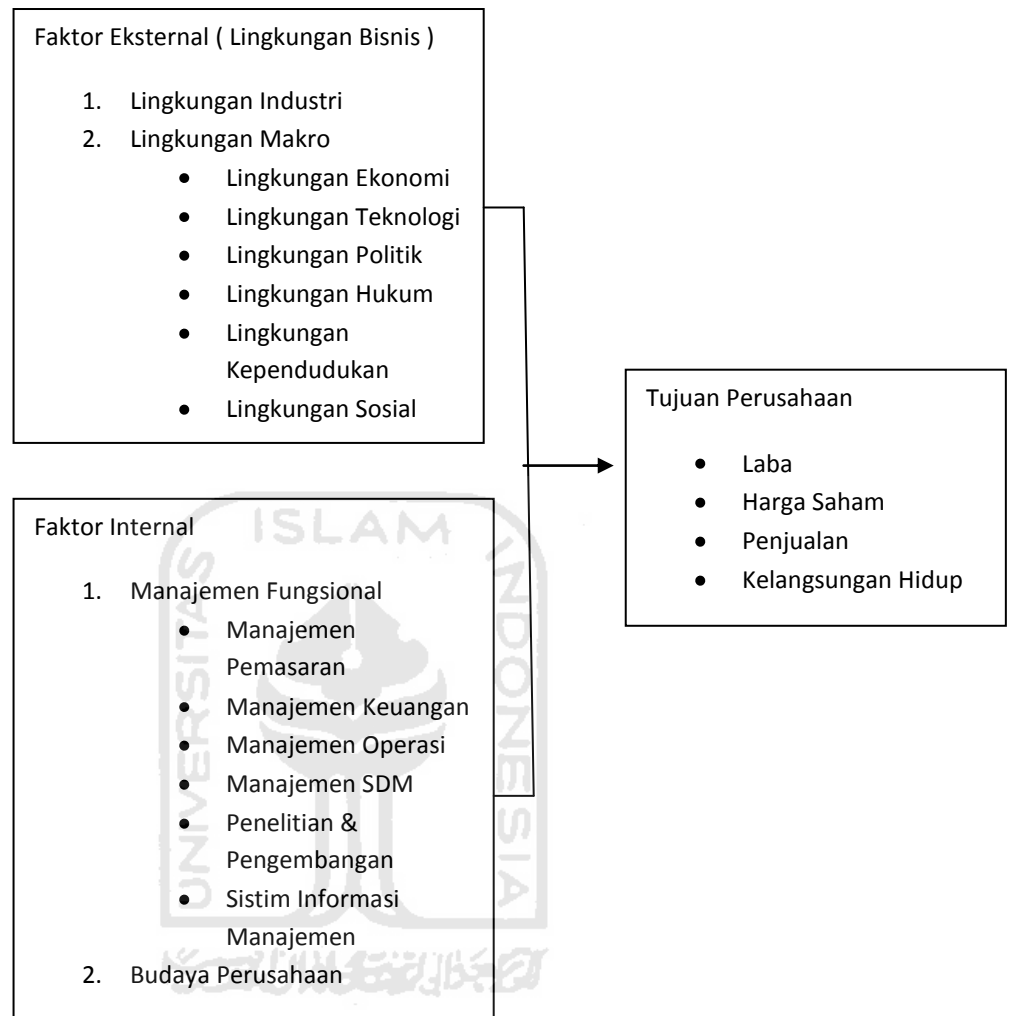
a. Faktor Eksternal

Yaitu faktor tidak terkontrol oleh perusahaan dan merupakan lingkungan bisnis yang meliputi operasi perusahaan yang dari padanya muncul peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) bisnis. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro yang terdiri dari lingkungan ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

b. Faktor Internal

Yaitu faktor yang sepenuhnya berada dalam kendali perusahaan yang dapat mengidentifikasi kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki perusahaan dan meliputi semua macam manajemen fungsional yang terdiri dari pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen serta adanya budaya perusahaan.

Dengan kata lain, perusahaan akan mampu mencapai tujuan yang ditetapkan ketika kekuatan perusahaan melebihi kelemahan yang dimiliki. Oleh karena itu, perusahaan tersebut mampu mengeksplorasi peluang bisnis yang disekitarnya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tercapai tidaknya tujuan perusahaan yang telah ditetapkan adalah fungsi dari lingkungan makro, lingkungan industri, manajemen fungsional dan budaya (karakter) perusahaan.



Gambar 2.1. Bagan Determinasi Tujuan Perusahaan

Sumber: Suwarsono,2000

2.1.2 Konsep strategi

Banyak variasi mengenai definisi strategi dalam manajemen strategis jika dilihat dari fokusnya. Akan tetapi, pada intinya adalah sama yaitu strategi adalah rencana. Konsep strategi menurut James Brian Quin (1980) adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan- kebijakan, urutan-urutan aksi kedalam keseluruhan yang saling terkait". William Hence (1985), mendefinisikan strategi sebagai "Konsentrasi dari sumber-sumber pada peluang – peluang bagi keunggulan kompetitif". Berdasarkan dua definisi tersebut, dapat dipahami bahwa strategi adalah cara untuk mencapai tujuan dengan melibatkan semua faktor utama dalam perusahaan secara strategik. Faktor-faktor yang diandalkan berbeda-beda dari setiap perusahaan.

Olsen dan Eadie (1982), mendefinisikan strategi sebagai upaya yang didisiplinkan untuk membuat keputusan dan penting untuk memandu tercapainya keberhasilan suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Perencanaan strategis sektor publik mempunyai sejarah yang sangat panjang. Bahkan, kata "strategi" berasal dari kata *stratego* dalam bahasa Yunani, gabungan dari kata *stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin (O'Toole, 1985). Dengan demikian, perencanaan strategis dimulai sebagai seni dari jenderal (*the art of general*) dan kini menjadi seni dari manajer umum (*the art of general manager*). Dalam perkembangannya, perencanaan strategis

menjadi mode baru dalam perencanaan. Pendekatan perencanaan yang pada awalnya diyakini sebagai ilmunya kaum militer tersebut, selanjutnya diterapkan pada sektor publik.

Merumuskan suatu langkah strategi sangat penting bagi sebuah perusahaan sebagai penentu keberhasilan tersebut dalam melakukan persaingan dalam dunia bisnis. Dalam penentuan strategi, kunci sukses (*key success factors*) untuk membentuk suatu strategi yang efektif harus diidentifikasi. Hal yang tak kalah penting adalah bahwa harus dipahami visi dan misi tujuan perusahaan adalah dalam perihal memenuhi kebutuhan *customers* dan bukan hanya saja kebutuhan perusahaan.

Menurut Freddy Rangkuti (2002), ada dua konsep strategi untuk mencapai tujuan :

a. Distinctive Competitive

Adalah suatu perusahaan yang mempunyai kekuatan yang tidak mudah ditiru dan lebih baik dari perusahaan bersaing dan kemampuan spesifik perusahaan ini sangat bergantung kepada :

1. Keahlian Tenaga Kerja
2. Kemampuan Sumber Daya yang ada

Dua faktor tersebut menyebabkan perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang lebih tinggi muncul dari kemampuan membentuk

fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaingnya.

b. Competitive Advantage

Adalah suatu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Oleh karena itu, diperlukan suatu perencanaan strategis yang benar-benar matang dan cermat.

2.1.3 Perencanaan strategis

Perencanaan strategis berwawasan kepada pasar menurut Kotler (1997) adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar sasaran, keahlian dan sumber daya perusahaan sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah. Dengan demikian, tujuan perencanaan strategis adalah membentuk dan menyempurnakan bisnis serta produk perusahaan supaya memenuhi sasaran keuntungan dan pertumbuhan. Tiga gagasan perencanaan strategis yaitu :

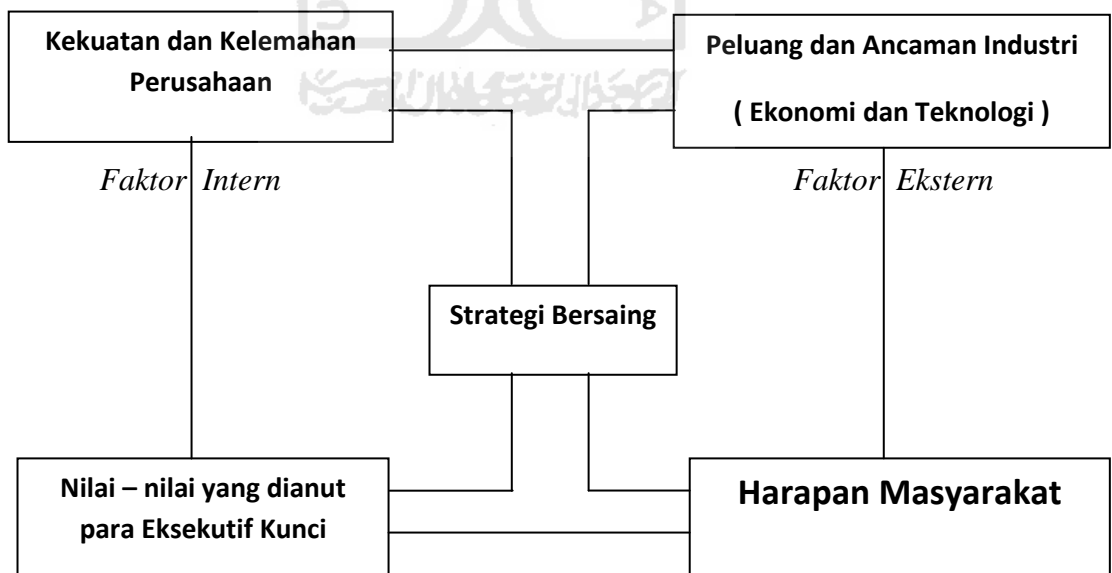
a. Portofolio Investasi

Bahwa bisnis perusahaan harus dikelola seperti portofolio investasi, dimana perlu diputuskan bisnis mana yang dapat dikembangkan, dipertahankan, dikurangi atau dihentikan. Setiap bisnis memiliki potensi keuntungan masing – masing dan

sumber daya perusahaan harus dialokasikan sesuai potensi keuntungan masing – masing bisnis.

b. Strategi Bersaing

Setiap perusahaan memiliki strategi bersaing dengan upaya untuk meningkatkan laba atau keuntungan perusahaan dengan memaksimalkan seluruh potensi yang dimilikinya. Menurut Porter (2000), strategi bersaing adalah merupakan kombinasi tujuan yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan suatu alat dimana perusahaan berusaha untuk mencapainya dimana perusahaan harus mempertimbangkan 4 (empat) faktor utama yang menentukan batas-batas yang dapat dicapai sebagaimana dijelaskan dalam bagan berikut:



Gambar 2.2. Konteks Perumusan Strategi Bersaing

Sumber: Porter, 2000

Dengan demikian pokok-pokok perumusan perencanaan strategi adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya baik sosial, kekuatan ekonomi maupun pesaing itu sendiri yang terletak pada kemampuan perusahaan untuk menanggulangnya. Tujuan strategi bersaing adalah untuk menemukan posisi perusahaan tersebut dimana perusahaan dapat melindungi diri dengan sebaik-baiknya terhadap tekanan persaingan atau dapat mempengaruhi tekanan tersebut secara positif.

2.1.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) biasa digunakan mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan bisnis juga di lingkungan internal perusahaan. Untuk memudahkan dalam melaksanakan analisis SWOT diperlukan matriks SWOT sehingga akan diperoleh empat kelompok alternatif strategi yaitu strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT. Langkah selanjutnya, yakni mengetahui *positioning* perusahaan yang bersangkutan dengan cara pembobotan nilai (Kuncoro, 2005).

Matriks TOWS-K pertama kali diperkenalkan oleh Weihrich. Matriks tersebut diletakkan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dengan proses perumusan strategi (*Strategy Formulation*). Matriks tersebut terlihat sebagai alat bantu yang menghubungkan berbagai variabel kritical penentu keberhasilan perusahaan, yakni ancaman (*threats*) dan peluang

(*opportunities*) yang berasal dari lingkungan eksternal bisnis serta kelemahan (*weaknesses*) dan kekuatan (*strengths*) yang dibangun oleh manajemen. Alat bantu tersebut diharapkan dapat memberi gambaran para perancang strategi (*strategy designers*) dalam memilih strategi yang tepat (Wehrich, 1982: 55).

Lingkungan Internal	Kekuatan Perusahaan	Kelemahan Perusahaan
	Lingkungan Eksternal	
Peluang Bisnis	Strategi S – O	Strategi W – O
Ancaman Bisnis	Strategi S – T	Strategi W – T

Gambar 2.3. Skema Matriks SWOT

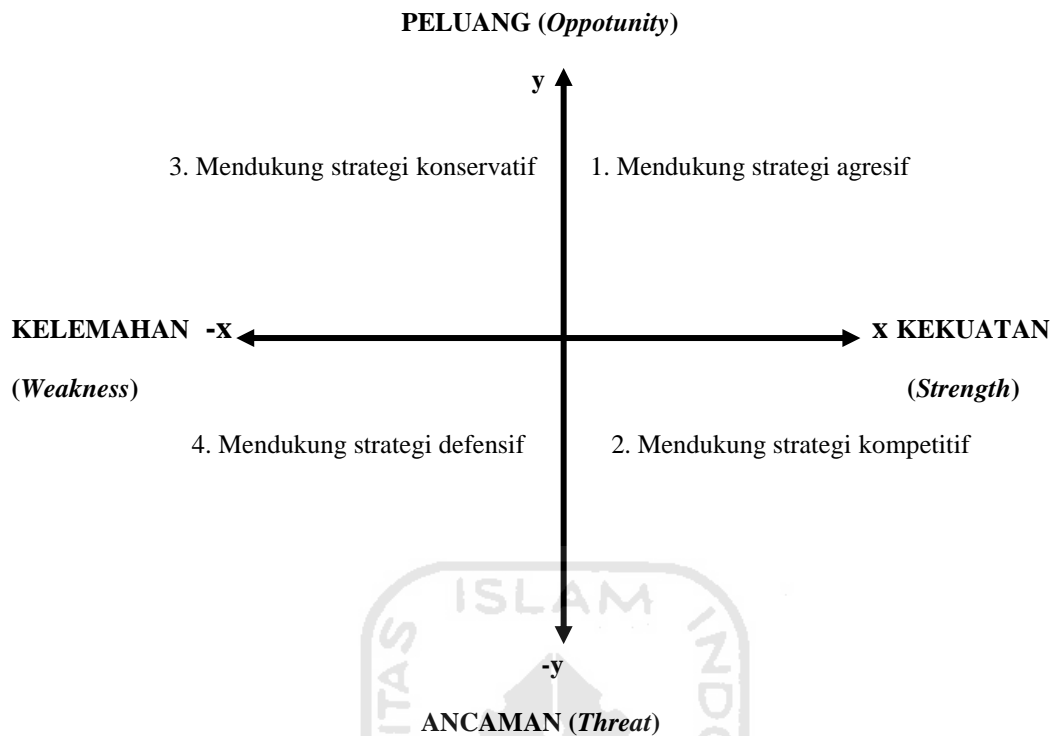
Sumber: Suwarsono Muhammad, 2008

Penyusunan matriks SWOT memerlukan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Manajemen melakukan identifikasi terhadap kekuatan dan kelemahan yang sekarang dimiliki oleh perusahaan (unit usaha strategis).

2. Kedua, manajemen mendeteksi lingkungan bisnis makro dan mikro (industri dan pesaing) yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan terhadap kini dan masa yang akan datang.
3. Manajemen mencoba merumuskan pilihan strategi yang mungkin dapat diimplementasikan yang dapat dilakukan atas berbagai kemungkinan dan kombinasi dari indikator kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O) dan ancaman (T) yang telah ditemukan pada dua langkah sebelumnya.

Pada dasarnya, alat analisis SWOT-K bersifat kualitatif. Dalam penyusunannya, analisis SWOT-K lebih mengandalkan pada keunggulan, pengalaman, dan intuisi manajemen. Dengan melakukan penyederhanaan yang agak berlebihan, alat analisis tersebut hanya sekedar menuntut manajemen untuk membuat daftar tentang keunggulan dan kelemahan perusahaan yang dipimpinnya lalu kemudian menghadapkannya dengan peluang dan ancaman bisnis yang dihadapi. Dengan “membenturkan” variabel internal dan eksternal tersebut kemudian manajemen diminta untuk mempertimbangkan kemungkinan pilihan strategi bisnis yang mungkin dapat dielaborasi lebih jauh untuk diimplementasikan (Suwarsono Muhammad, 2008).



Gambar 2.4. Diagram Analisis SWOT

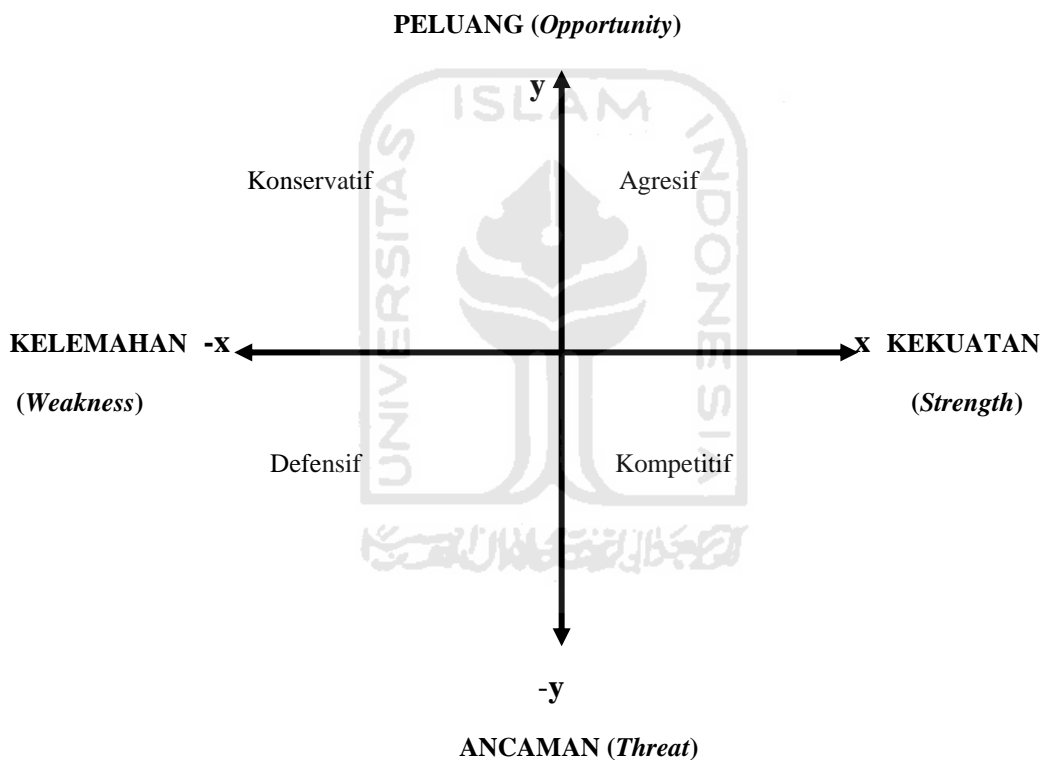
Sumber: Rangkuti, 2002

Kuadran 1: Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus digunakan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.



Gambar 2.5. Peta Analisis Positioning dan Evaluasi Matrik SWOT

Sumber: Rangkuti, 2002

Sifat-sifat yang ada pada setiap kuadran sisi pada gambar adalah sebagai berikut:

a. Sifat Agresif

Merupakan sifat menarik pada lingkungan industri yang selalu mengalami perubahan. Dengan demikian, perusahaan mendapatkan nilai dari keunggulan finansialnya. Perusahaan mendapatkan nilai dari kesempatan yang ditawarkan oleh industri, misalnya bertambahnya luas pasar dan penggunaan sumber-sumber efektif

b. Sifat Konservatif

Merupakan sifat dari golongan pasar yang mengalami pertumbuhan rendah dimana perusahaan berusaha menstabilkan keuangannya. Faktor kritis sifat ini adalah produk pesaing selalu memperbaiki kas masuk, dengan demikian pengurangan biaya yang tidak perlu ditekan, mengembangkan produk baru lebih efektif dan menambah masukan dalam peluang pasar baru. Kuadran ketiga ini menggambarkan kondisi intern yang lemah dan lingkungan yang mendukung sehingga arah, sasaran dan strategi perusahaan yang sesuai adalah bersifat perbaikan intern, misalnya stabilisasi dan rasionalisasi.

c. Sifat Defensif

Sifat golongan industri ini tidak menarik karena perusahaan kurang dapat bersaing dan minimnya tingkat keuangan yang ada. Kuadran keempat ini

menggambarkan kondisi intern yang lemah dan kondisi yang kurang mendukung sehingga arah, sasaran dan strategi perusahaan yang sesuai adalah bersifat *defensive*, misalnya mempertahankan eksistensi (*Survival Strategy*).

d. Sifat Kompetitif

Sifat khas dari lingkungan industri pada lingkup persaingan tidak stabil dimana faktor kritis adalah keunggulan finansial. Perusahaan pada situasi ini harus mencari sumber keuangan untuk melakukan penyerangan yang ditinjau dari segi pemasaran produk dan berusaha membatasi persaingan pasar sekecil mungkin. Kuadran kedua ini menggambarkan kondisi internal yang kuat dan lingkungan yang kurang mendukung sehingga arah, sasaran dan strategi perusahaan yang sesuai adalah berorientasi keluar, misalnya diversifikasi produk atau pasar.

2.2 Bank Perkreditan Rakyat

2.2.1 Sejarah bank perkreditan rakyat

Sejarah lembaga perkreditan rakyat dimulai pada masa kolonial Belanda pada abad ke-19 dengan dibentuk lumbung desa, bank desa, dengan tujuan membantu para petani, pegawai, dan buruh untuk melepaskan diri dari jerat pelepas uang (*rentenir*) yang memberikan kredit dengan bunga tinggi.

Pasca kemerdekaan Indonesia, didirikan beberapa jenis lembaga keuangan kecil dan lembaga keuangan di pedesaan seperti Bank Pasar, Bank Karya produksi Desa (BPKD), dan dimulai awal tahun 1970an, Lembaga Dana Kredit Pedesaan (LDKP) oleh Pemerintah Daerah.

Pada tahun 1988, Pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober 1988 (PAKTO 1988) melalui Keputusan Presiden RI No.38 yang menjadi momentum awal pendirian BPR-BPR baru. Kebijakan tersebut memberikan kejelasan mengenai keberadaan dan kegiatan usaha “Bank Perkreditan Rakyat” atau BPR. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No.7 tentang Perbankan tahun 1992 (UU No.7/1992 tentang Perbankan), BPR diberikan landasan hukum yang jelas sebagai salah satu jenis bank selain Bank Umum.

Bank Perkreditan Rakyat yang didirikan setelah PAKTO 1988 maupun lembaga keuangan yang dikukuhkan BPR sesuai dengan PP No.71/1992, tunduk pada ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan dan peraturan-peraturan oleh Bank Indonesia sebagai otoritas pengawas bank. Sampai dengan akhir Juli 2006 terdapat 5.345 Bank Kredit Desa (BKD) yang tersebar di pulau Jawa dan Madura, namun dari jumlah tersebut sebanyak 863 diantaranya tidak melakukan kegiatan (non aktif). Dengan mempertimbangkan karakteristik yang spesifik, jumlah dan sebarannya serta secara historis sebelum PAKTO 1988 pengawasan

BKD dibawah kewenangan Bank Rakyat Indonesia (BRI) maka pengawasan BKD dilakukan oleh BRI untuk dan atas nama Bank Indonesia. Pada akhir bulan Juli 2006, jumlah BPR mencapai 1.935 terdiri dari BPR yang didirikan setelah PAKTO 1988 sebanyak 1.277 (66%), dan Bank Pasar atau Bank Desa, BKPD dan bank milik Pemerintah Daerah lainnya yang telah beroperasi sebelum PAKTO 1988 sebanyak 658 (34%) (Cetak Biru BPR, 2006).

2.2.2 Kegiatan usaha bank perkreditan rakyat

Sebagaimana yang diatur dalam pasal 13 dan 14 Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan, kegiatan usaha yang diperkenankan dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat adalah kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu;
2. Memberikan kredit;
3. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah;
4. Menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI) deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bank lain.

Sedangkan kegiatan usaha yang dilarang dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan Undang-Undang yang sama adalah sebagai berikut:

1. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran;
2. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing;
3. Melakukan penyertaan modal;
4. Melakukan usaha perasuransian;
5. Melakukan usaha lain di luar kegiatan usaha yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

2.2.3 Strategi penguatan dan peningkatan peran BPR dalam rangka pelayanan kepada UMKM

Menurut Cetak Biru BPR (2006), strategi penguatan dan peningkatan peran BPR dalam rangka pelayanan kepada UMKM dan masyarakat pedesaan, yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Memperkuat kelembagaan.

Dalam rangka peningkatan daya saing dan jangkauan pelayanan BPR kepada UMKM dan masyarakat pedesaan, kelembagaan industri BPR perlu diperkuat melalui peningkatan permodalan BPR, penyebaran BPR di seluruh Indonesia, pembukaan kantor cabang serta kerjasama dengan lembaga keuangan lain.

2. Meningkatkan kualitas pengaturan.

Peningkatan kualitas pengatur yang sejalan dengan perkembangan perbankan, perekonomian, serta mengacu pada praktik-praktik terbaik internasional diharapkan dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangan BPR yang berdaya saing tinggi.

3. Meningkatkan efektivitas sistem pengawasan.

Industri BPR yang sehat, kuat, produktif dan dipercaya tidak terlepas dari sistem pengawasan yang dilakukan oleh Bank Indonesia. Sistem pengawasan yang efektif diharapkan dapat mendeteksi penyimpangan dan pelanggaran sedini mungkin serta memastikan dipenuhinya ketentuan-ketentuan yang berlaku.

4. Mendorong kualitas tata kelola (*governance*), manajemen dan operasional yang sehat dan profesional.

BPR di masa mendatang diharapkan dikelola oleh SDM yang memiliki kompetensi dan integritas yang tinggi serta menaerakan prinsip-prinsip tata kelola yang baik.

5. Mewujudkan infrastruktur pendukung industri BPR yang efektif.

Infrastruktur pendukung yang efektif diperlukan untuk mendorong pengembangan industri BPR. Strategi ini mencakup upaya mewujudkan lembaga pengayom, meningkatkan

efektivitas lembaga sertifikasi profesi, serta meningkatkan kerjasama dan koordinasi dengan berbagai instansi untuk menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangan BPR.

6. Mewujudkan pemberdayaan dan perlindungan nasabah.

Strategi pengembangan ini dimaksudkan untuk mendorong BPR agar beroperasi dengan memperhatikan kepentingan masyarakat melalui pemberian pelayanan dan informasi produk yang baik, sehingga nasabah BPR memahami produk yang ditawarkan BPR dan terlindungi kepentingannya.

2.2.4 Profil PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta

PT BPR Danagung Bakti merupakan BPR hasil akuisisi atas PT BPR Asokamitra yang berkantor di Jl. Prof Yohanes Yogyakarta. Manajemen, aset dan kepemilikan saham PT BPR Asokamitra diambil alih oleh *Chairman* Danagung Group, Dr. H. Rachmad Ali, MBA pada tanggal 4 Juli 1995 sampai dengan tanggal 4 Juli 1995 kemudian ditetapkan sebagai hari jadi PT. BPR Danagung Bakti.

Nama PT BPR Asokamitra kemudian diubah menjadi PT BPR Danagung Bakti. Perubahan nama tersebut disetujui oleh Menteri Kehakiman RI pada tanggal 22 November 1995, kemudian dilaporkan ke BI Cabang Yogyakarta pada tanggal 27 Desember 1995. Pada bulan September 1995 kantor PT. BPR Danagung Bakti dipindah ke Jl. Kaliurang Km 5,8

Gang Pandega Satya No 26-A (Ring Road Utara) Yogyakarta. Nama PT BPR Danagung Bakti secara resmi digunakan menyusul turunnya persetujuan Menteri Keuangan RI pada tanggal 29 Februari 1996. Untuk mewadahi aktifitasnya yang semakin meningkat, serta untuk memberi kenyamanan pada nasabah, PT BPR Danagung Bakti sedang merenovasi kantornya menjadi gedung berlantai tiga.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Danagung Group melakukan langkah maju dengan meluncurkan Danagung Cash, kartu ATM bagi nasabah BPR yang terdiri dari BPR Danagung Bakti, Danagung Sakti dan Danagung Ramulti yang sudah dipersiapkan selama dua tahun yang dinamakan ATM Danagung Cash dan untuk sementara hanya dapat dimanfaatkan untuk jaringan ATM di Danagung dan Bank OCBC NISP. Dalam jangka waktu ke depan diharapkan kartu ATM Danagung Cash akan bisa digunakan di jaringan ATM bersama. Kehadiran kartu ATM dari Danagung Group menjadi yang pertama di Yogyakarta dan Jawa Tengah. Untuk Indonesia, hadirnya kartu ATM tersebut merupakan yang keempat dan kedua untuk Jawa dan Bali. Kartu ATM merupakan fitur pelengkap dan memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi yang tidak dibatasi oleh waktu. Namun, fungsi sebagai intermediasi perbankan janganlah dilupakan karena memang semangat dari BPR adalah menjadi intermediasi sektor riil, khususnya di Yogyakarta

Selain itu, program kredit yang diadakan oleh PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta untuk nasabah semakin bertambah, diantaranya: (a) Kredit Umum Bulanan Danagung adalah kredit untuk perorangan atau badan usaha (perusahaan) dengan pengembalian berupa angsuran tetap (angsuran pokok plus bunga) selama maksimal 24 bulan (menyesuaikan kondisi); (b) Kredit Harian Pasar diperuntukkan bagi para pedagang di pasar dengan sistem angsuran harian selama maksimal enam hari atau 25 kali dalam sebulan. Agunan berupa KBP (Kartu Bukti Pedagang) dan atau BPKB atau sertifikat tanah, dan jangka waktu kredit maksimal 6 bulan; (c) Kredit Cepat Kilat dan (d) Kredit Kepemilikan Sepeda Motor.

2.3 Penelitian-Penelitian Terdahulu

- a) Penelitian Hassan (2000) melakukan penelitian tentang evaluasi kinerja bank Islam dalam pembiayaan kredit usaha kecil. Penelitian ini menggunakan alat analisis CAMEL. Hasil analisis ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa kinerja bank Islam cukup baik dalam pengelolaan produk kredit bagi usaha kecil.
- b) Penelitian Hertianti (2006) tentang Analisis dan Formulasi strategi bank milik Pemerintah Daerah studi kasus pada PD BPR Bank Pasar Lamongan Jawa Timur. Hasil analisis secara keseluruhan memberikan kesimpulan bahwa BPR Bank Pasar Lamongan merupakan bank yang memiliki kinerja cukup baik dan sedang berkembang, namun perlu ditingkatkan manajemen operasionalnya

untuk dapat memaksimalkan perannya sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah Kabupaten Lamongan. Pemilihan strategi yang digunakan adalah matriks empat dimensi *space* yang memberikan kesimpulan bahwa kecenderungan postur Bank Pasar Lamongan adalah bentuk kompetitif. Artinya, Bank Pasar Lamongan beroperasi dalam industri yang menarik dengan lingkungan eksternal yang ramah dan stabil, serta dapat berkompetisi secara lebih efektif karena memiliki keunggulan kompetitif yang relatif baik. Kelemahannya, perusahaan ini memiliki kondisi keuangan yang lemah.

- c) Penelitian Hery (2006) yang diadakan oleh Bank Indonesia bekerjasama dengan *Center for Banking Reserach* (CBR) tahun 2006 tentang peningkatan strategi pemasaran peran Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dalam pembiayaan Usaha Mikro Kecil di Sumatra Barat menemukan bahwa peran BPR dalam mengembangkan UKM memiliki fungsi intermediasi yang baik.
- d) Holloh (2001) melakukan penelitian strategi pemasaran kredit di Jawa Timur, Bali dan Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini menemukan bahwa rendahnya tingkat penyaluran kredit disebabkan oleh faktor eksternal dan internal seperti kondisi ekonomi, karakter dan analisis kredit yang kurang memadai. Rendahnya kualitas portofolio hutang, nilai *collateral* yang rendah serta minimnya provisi terhadap kemungkinan kerugian pinjaman

juga merupakan faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya kemampuan BPR dalam menyalurkan pembiayaan kepada UKM.

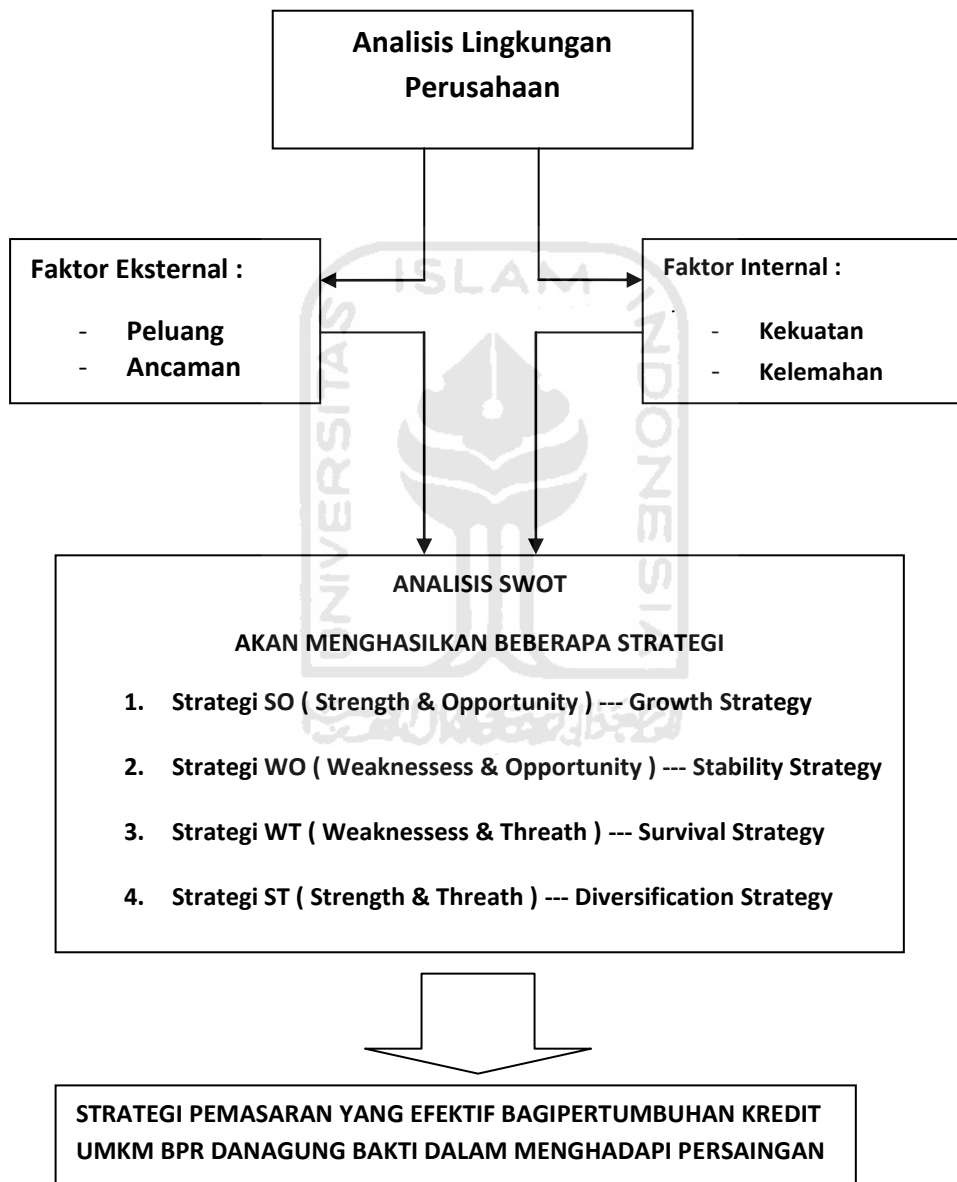
- e) Penelitian Jeremy (2010) tentang strategi peningkatan pemasaran dan peran BPR Jawa Barat dalam pembiayaan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Sumedang. Hasil penelitian ini menemukan bahwa faktor kesuksesan BPR Sumedang adalah hubungan yang kuat secara emosional dengan konsumennya. Implementasi strateginya yakni menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.



BAB III

KERANGKA KONSEP

3.1 Kerangka Konsep Penelitian

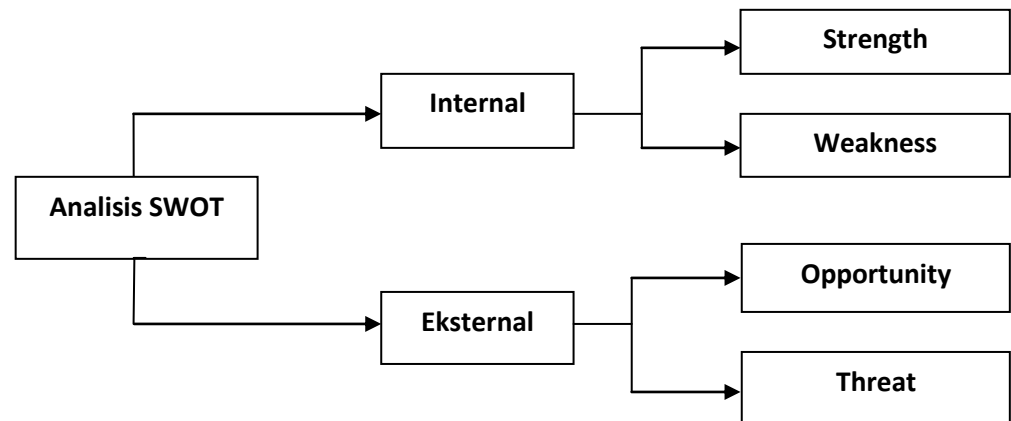


Gambar 3.1. Bagan Kerangka Konsep Penelitian

3.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength Weakness Opportunity Threat*) merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar faktor – faktor intern dan ekstern akan mempengaruhi perusahaan. Pendekatan ini merupakan evaluasi untuk mengubah faktor negatif, baik yang berasal dari kelemahan (*weakness*) perusahaan dan ancaman (*threats*) pasar menjadi faktor – faktor positif yang berupa kekuatan (*strengths*) dan peluang dari faktor eksternal (*opportunities*). (Thomson, 1987).

Pedoman analisis SWOT adalah konsep dasar bahwa terdapat faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Faktor pengaruh yang pertama merupakan faktor yang dalam kendali manajemen yang harus diusahakan untuk memaksimalkan keunggulan dan meminimumkan kelemahan. Faktor yang kedua adalah faktor yang berasal dari luar kendali manajemen yang dicoba untuk dieksploitasi (peluang) dan dieliminasi (ancaman). Unsur – unsur yang terkait dengan permasalahan SWOT dapat dijelaskan sebagai berikut :



Gambar 3.2. Skema Analisis SWOT

Sumber: Thompson, 1987

Analisis lingkungan strategis adalah bagian dari komponen perencanaan strategis dan merupakan suatu proses untuk selalu menempatkan perusahaan pada posisi strategis, sehingga di dalam perkembangannya akan selalu berada pada posisi yang menguntungkan. Lingkup analisis lingkungan strategis meliputi analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal.

1. Analisis lingkungan internal

Analisis lingkungan internal pada dasarnya adalah proses identifikasi yang mengurai menjadi kekuatan dan kelemahan yang mencakup perusahaan, sumber daya manusia, pembiayaan, efektifitas dan efisiensi, sarana dan prasarana dan lain – lain yang memiliki pengaruh terhadap pembuat kebijaksanaan atau keputusan perusahaan. Analisis lingkungan internal pada

dasarnya mencakup dua aspek, yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

a) *Strength* / Kekuatan

Merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan yang berwujud kepada sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan maupun sumber daya lainya. Termasuk didalamnya tenaga kerja, *goodwill*, modal, mesin dan lain sebagainya. Kekuatan ini dapat dieksploitasi untuk meminimumkan ancaman maupun menghilangkan dampak yang diakibatkan oleh ancaman lingkungan. Kekuatan usaha ini dapat dikontrol untuk kepentingan dan pengembangan perusahaan. Kekuatan ini berasal dari dalam perusahaan sehingga dapat direncanakan ataupun dijadwalkan penggunaannya.

b) *Weakness* / Kelemahan

Merupakan kelemahan atau kendala-kendala yang menyebabkan perusahaan sulit untuk berkembang atau meningkatkan kinerja perusahaan. Kelemahan ini dapat terjadi apabila variabelnya sama dengan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan seperti tenaga kerja yang tidak terampil, tidak cukupnya modal usaha, kapasitas mesin tidak memenuhi.

Strength dan Weakness adalah faktor – faktor manajemen yang sepenuhnya ada dalam kendali manajemen (*internal dan controllable*) dimana keuatan adalah faktor – faktor yang selama

ini dapat dikendalikan sehingga memberikan impact positif bagi perusahaan. Sedangkan, faktor kelemahan adalah faktor – faktor yang sepenuhnya ada dalam kendali perusahaan tetapi tidak berhasil dikendalikan atau dikelola sehingga memberikan dampak negatif bagi perusahaan.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal adalah upaya untuk melakukan identifikasi dan analisis terhadap berbagai faktor lingkungan luar seperti pengaruh perkembangan sosial, politik, ekonomi, ekologi, teknologi dan lain–lain yang mempunyai pengaruh terhadap kebijakan perusahaan. Analisis lingkungan eksternal pada dasarnya mencakup dua aspek, yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

a) *Opportunity* / Peluang

Peluang merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk berkembang. Peluang dapat tersedia dari lingkungan. Variabel ini tidak bisa disediakan oleh perusahaan. Perusahaan hanya menyesuaikan diri dengan kesempatan yang muncul.

b) *Threat* / Ancaman

Variabel ini juga tidak dapat diciptakan oleh perusahaan. Ancaman ini pun juga tidak dapat dihilangkan, maupun diperkecil intensitasnya untuk muncul. Salah satu cara untuk menggambarkan analisis SWOT secara lebih konklusif adalah dengan

menggambarkan identifikasi SWOT dalam suatu diagram ETOP dan SAP, sehingga manajemen dapat memperoleh gambaran yang lebih operasional atau merumuskan langkah-langkah pengembangannya. Dengan kata lain, dalam penerapannya, analisis SWOT ini merupakan persilangan antara analisis ETOP dan analisis SAP. Analisis ETOP merupakan alat analisis antara dua faktor eksternal yaitu *environmental Threat* (ancaman lingkungan) dan *environmental opportunity* (peluang lingkungan). Konsep dasar analisis ETOP adalah bahwa keberhasilan perusahaan ditentukan oleh lingkungan yang menyajikan peluang sukses dan resiko gagal secara proporsional.

Sedangkan analisis SAP merupakan alat analisis dua faktor internal yaitu *company strength* (kekuatan perusahaan) dan *company weaknesses* (kelemahan perusahaan). Analisis SAP didasarkan pada dugaan bahwa dengan evaluasi ini perusahaan dapat mengetahui keunggulan strategis perusahaan (*Strategic Advantage Profile*). Hasil akhir dari analisis ini adalah profil perusahaan yang menggambarkan keunggulan dan kelemahan perusahaan.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan rencana dan struktur penelitaian yang disusun sedemikian rupa sehingga penelitian akan memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan penselitiannya. Desain penelitian disusun untuk menjadikan peneliti mampu menjawab penelitian sevalid, seobyektif, setepat dan sehemat mungkin (Kerlinger, 1998).

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengembangan strategi pemasaran yang efektif PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta bagi pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman, maka penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif.

Moleong (1989), mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diminati. Pendekatan diarahkan pada latar belakang individu secara *holistic*.

Poerwanti, dkk, (1994) mengatakan bahwa penelitian deskriptif tidak bermaksud menghubungkan variabel satu dengan variabel yang lainnya. Maksud utamanya adalah untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang karakteristik dari subyek, lembaga (instansi) atau menggambarkan suatu instansi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dimana menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 24 Agustus 2010 sampai dengan tanggal 25 Oktober 2010 pada PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dan 2 (dua) kecamatan di Kabupaten Sleman yakni Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota.

4.3 Penentuan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dan observasi ke lokasi penelitian, yaitu:

- a. Data Pribadi Responden
- b. Kondisi dan prospek usaha yang sedang dijalankan
- c. Pengembangan usaha
- d. Kredit
- e. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam saluran pemasaran

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti dari studi literatur/ pustaka/dokumen/data lainnya yang meliputi :

- a. Data statistik perkembangan dan pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman.
- b. Kebijakan pemerintah sehubungan dengan pengembangan kredit UMKM.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM dengan *purposive sampling method* yaitu pengambilan sampel dengan cara memilih subyek yang benar-benar memahami ciri-ciri populasi dan dapat dijadikan *key subject*. Dalam hal ini adalah ketua kelompok, sekretaris kelompok, bendahara serta *champions* (pelaku usaha skala besar). Mereka kemudian dijadikan sumber informasi tentang para pelaku bisnis lain yang dapat dijadikan anggota sampel. Sampel UMKM yang diambil sebanyak 100 (seratus) orang dari 2 (dua) jumlah populasi kecamatan. Salah satu kriteria adalah pengembalian pinjaman tidak bermasalah atau lancar berdasarkan data perbankan.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan survei dan wawancara. Peneliti memilih 2 (dua) kecamatan di Kabupaten Sleman yakni Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota sebagai daerah penelitian dengan pertimbangan bahwa di

daerah kecamatan tersebut tingkat pertumbuhan UMKM cukup pesat dan dipandang sebagai daerah potensial dalam hal penyaluran kredit UMKM yang dimiliki oleh BPR Danagung Bakti. Sebagian besar masyarakat di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota yang merupakan daerah yang berpotensi sebagai pengembangan usaha UMKM yang bermata pencaharian utama sebagai pedagang, petani yang sangat pesat dibanding dengan kecamatan lain. Data sekunder diperoleh dari data PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta.

4.4 Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor internal lingkungan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta, yaitu:
 - a. Kekuatan (*Strength*): sumber daya atau keunggulan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta terhadap pesaing dan kebutuhan nasabah yang dilayani.
 - b. Kelemahan (*Weakness*): Keterbatasan atau kekurangan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam sumber daya dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja, keefektifan, fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, pemasaran dan lain-lain.

2. Faktor eksternal lingkungan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta, yaitu:
- a. Peluang (*Opportunity*): Situasi yang menguntungkan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam lingkungan pelayanan nasabah, identifikasi segmen pasar, perubahan situasi persaingan, perubahan teknologi dan lain-lain.
 - b. Ancaman (*Threat*): Situasi yang tidak menguntungkan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta yang mengancam atau menghambat keberhasilan pelayanan terhadap nasabah.

4.5 Instrumen Pengambilan Data

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Teknik Observasi yang dilakukan adalah observasi tidak berpartisipasi, yaitu kegiatan pengumpulan data yang bersifat non verbal dimana peneliti tidak berperan ganda sebagai peneliti maupun pelaku kegiatan. Peneliti berperan sebagai pengamat belaka atau tidak ikut serta sebagai aktor yang melibatkan diri dalam suatu kegiatan (Slamet, 2006).

b. Wawancara (*interview*)

Metode wawancara sering disebut juga dengan metode *interview*, yaitu pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak yang dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penyelidikan (Hadi, 1993). Adapun jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini

adalah jenis wawancara atau *interview* terpimpin, yaitu dengan cara peneliti menyiapkan terlebih dahulu daftar pertanyaan yang akan diajukan. Metode ini digunakan untuk mewawancarai para pelaku usaha mengenai strategi pemasaran, penggunaan kredit serta faktor pendukung dan penghambatnya.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode mencari data tentang hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, dan lain sebagainya (Arikunto, 2002). Metode dokumentasi yang dimaksud adalah menggali data dengan cara mengutip atau menyalin dari sumber tertulis yang disimpan sebagai dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

d. Angket

Metode angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan komunikasi dengan sumber data (Arikunto, 2002). Metode angket ini berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang digunakan kepada subjek untuk mendapatkan jawaban secara tertulis pula.

4.6 Prosedur Penelitian

Penelitian dilakukan secara komprehensif untuk menggambarkan dan mengelaborasi kebijakan strategi, serta perangkat lain yang telah dan seharusnya digunakan oleh PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dengan menggunakan analisis SWOT. Secara rinci, penelitian ini akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan faktor-faktor strategis internal dan faktor-faktor strategis eksternal.
2. Menyusun di dalam kolom 1 (1 sampai dengan 10) kekuatan dan kelemahan untuk faktor strategis internal serta peluang dan ancaman untuk faktor strategis eksternal.
3. Memberi bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
4. Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) sampai dengan 1 (dibawah rata-rata), berdasarkan pengaruh faktor terhadap organisasi. Nilai rating peluang dan ancaman selalu bertolak belakang, kalau faktor peluangnya lebih besar diberi nilai 4 sedangkan apabila faktor ancamannya lebih besar diberi nilai -4. Begitu pula pemberian nilai untuk kekuatan dan kelemahan.
5. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4 dan hasilnya berupa skor

pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

6. Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya dan total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.
7. Menentukan letak kuadran berdasarkan jumlah skor pembobotan
8. Mengidentifikasi dengan mempergunakan matrik SWOT untuk menghasilkan empat rangkaian alternatif strategi.

4.7 Pembatasan Penelitian

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini menelaah pertumbuhan kredit UMKM dengan analisis SWOT di Kabupaten Sleman, khususnya Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota.
2. Pengusaha UMKM yang dijadikan responden adalah pedagang yang ada di pasar tradisional Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota.

4.8 Alat Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki dalam sebuah matriks. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1. Contoh Matriks SWOT

Sumber: Rangkuti, 2000

INTERNAL EKSTERNAL	Strengths (S) (Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal)	Weaknesses (S) (Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal)
Opportunities (O) (Tentukan 5-10 faktor peluang internal)	Strategi SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada.	Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada.
Threats (T) (Tentukan 5-10 faktor ancaman faktor)	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman.	Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman.

Berdasarkan Matriks SWOT diatas, maka didapatkan 4 (empat) langkah strategi yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi SO : Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
- b. Strategi ST : Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
- c. Strategi WO : Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- d. Strategi WT : Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

Matrik SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi: Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strengths-Threats*), dan Strategi WT (*Weaknesses-Threats*).

Langkah atau rumus dalam menyusun matrik SWOT dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Menuliskan kekuatan internal perusahaan yang menentukan.
- b. Menuliskan kelemahan internal perusahaan yang menentukan.
- c. Menganalisis kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) masuk dalam *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS).

Analisis faktor strategis internal adalah analisis yang menilai prestasi atau kinerja yang merupakan faktor kekuatan dan kelemahan yang ada untuk mencapai tujuan organisasi. Setelah mengetahui faktor-faktor strategi internal, langkah selanjutnya adalah menyusun tabel faktor-faktor strategis internal (*Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS*), dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menyusun faktor kekuatan dan kelemahan pada kolom 1.
- 2) Memberikan bobot masing-masing faktor pada kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot dari semua faktor strategis yang berupa kekuatan dan kelemahan ini harus berjumlah 1.
- 3) Menghitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberi skala mulai dari 4 (sangat baik/*outstanding*) sampai dengan 1 (sangat tidak baik/*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut pada kondisi organisasi. Pemberian nilai rating

untuk kekuatan bersifat positif, artinya kekuatan yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika kekuatannya kecil diberi nilai +1. Sementara untuk rating kelemahan bersifat sebaliknya, yaitu jika nilai kelemahannya besar, maka ratingnya -4 dan jika nilai kelemahannya kecil kecil, maka nilainya -1.

- 4) Mengalikan bobot faktor pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3. Hasilnya adalah skor pembobotan untuk masing-masing faktor.
- 5) Menghitung jumlah skor pembobotan. Nilai ini adalah untuk memetakan posisi organisasi pada diagram analisis SWOT.

Tabel 4.2. Faktor-Faktor Strategis Internal (*IFAS*)

Sumber: Rangkuti, 2000

Faktor-faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Kekuatan (<i>Strengths</i>):	Bobot kekuatan	Rating kekuatan	
a. Kekuatan 1	1	1	
b. Kekuatan 2	Bobot kekuatan	Rating kekuatan	
	2	2	
Jumlah S	A		b
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>):	Bobot kelemahan	Rating kelemahan	
a. Kelemahan 1	1	1	
b. Kelemahan 2	Bobot kelemahan	Rating kelemahan	
	2	2	
Jumlah W	C		d
Total	(a+c) = 1		(b+d)

- d. Menuliskan peluang eksternal perusahaan yang menentukan.
- e. Menuliskan ancaman eksternal perusahaan yang menentukan.
- f. Menganalisis kesempatan (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) masuk dalam *External Strategy Factor Analysis Summary* (EFAS).

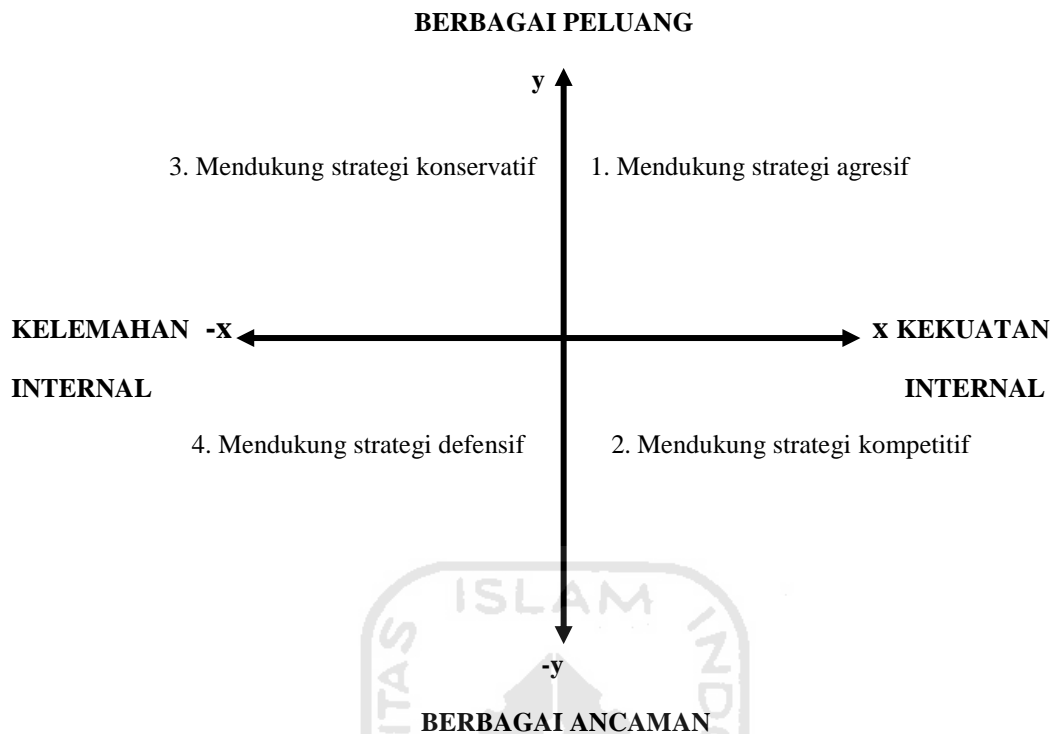
Analisis faktor strategis eksternal difokuskan pada kondisi yang ada dan kecenderungan yang muncul dari luar, tetapi dapat memberi pengaruh kinerja organisasi. Seperti halnya pada analisis faktor strategis internal, maka dengan cara yang sama menyusun tabel faktor-faktor strategis eksternal (*External Strategic Factors Analysis Summary*/EFAS). Bentuk tabel EFAS adalah seperti terlihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3. Faktor-Faktor Strategis Eksternal (EFAS)

Sumber: Rangkuti, 2000.

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Peluang (<i>Opportunities</i>): a. Peluang 1 b. Peluang 2	Bobot peluang 1 Bobot peluang 2	Rating peluang 1 Rating peluang 2	
Jumlah O	A		B
Ancaman (<i>Threats</i>): a. Ancaman 1 b. Ancaman 2	Bobot ancaman 1 Bobot ancaman 2	Rating ancaman 1 Rating ancaman 2	
Jumlah W	C		D
Total	(a+c) = 1		(b+d)

- g. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.
- h. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat.
- i. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat.
- j. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT dalam sel yang tepat.
- k. Membuat diagram analisis untuk mengetahui strategi yang tepat untuk diterapkan oleh PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta. Setelah mengetahui aspek-aspek yang ada dalam analisis SWOT, maka matrik SWOT dapat digambarkan seperti yang terlihat pada gambar 4.1. Dalam membuat matrik SWOT ini dilakukan perhitungan akan atribut-atribut pengukuran analisis internal dan analisis eksternalnya, yang dibuat dalam banyak pertanyaan dan diberi bobot sesuai dengan urutan kepentingan perusahaan. Apabila telah dihitung dikalikan dengan skor yang ada sehingga menjadi suatu total nilai dan akan berguna untuk menentukan posisi



Gambar 4.1. Diagram Analisis SWOT

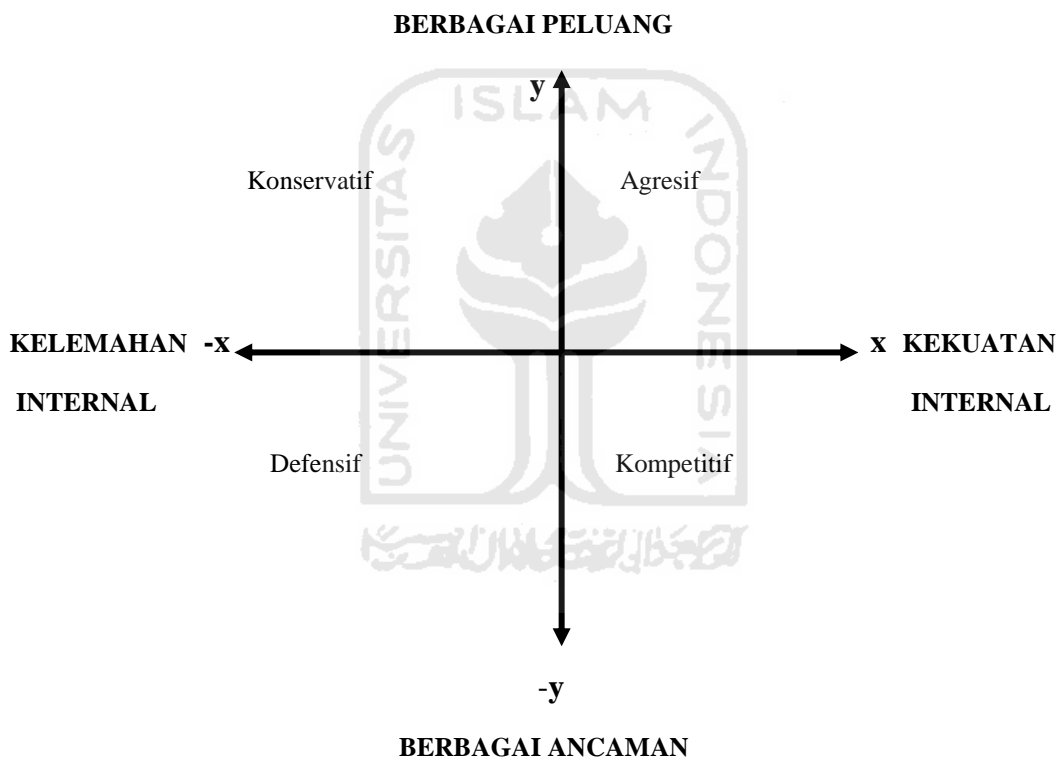
Sumber: Rangkuti, 2002

Kuadran 1: Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus digunakan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.



Gambar 4.2. Peta Analisis Positioning dan Evaluasi Matrik SWOT

Sumber: Rangkuti, 2002

Sifat-sifat yang ada pada setiap kuadran sisi adalah sebagai berikut:

a. Sifat Agresif

Merupakan sifat menarik pada lingkungan industri yang selalu mengalami perubahan. Dengan demikian, perusahaan mendapatkan nilai dari keunggulan finansialnya. Perusahaan mendapatkan nilai dari kesempatan yang ditawarkan oleh industri, misalnya bertambahnya luas pasar dan penggunaan sumber-sumber efektif

b. Sifat Konservatif

Merupakan sifat dari golongan pasar yang mengalami pertumbuhan rendah dimana perusahaan berusaha menstabilkan keuangannya. Faktor kritis sifat ini adalah produk pesaing selalu memperbaiki kas masuk, dengan demikian pengurangan biaya yang tidak perlu ditekan, mengembangkan produk baru lebih efektif dan menambah masukan dalam peluang pasar baru. Kuadran ketiga ini menggambarkan kondisi intern yang lemah dan lingkungan yang mendukung sehingga arah, sasaran dan strategi perusahaan yang sesuai adalah bersifat perbaikan intern, misalnya stabilisasi dan rasionalisasi.

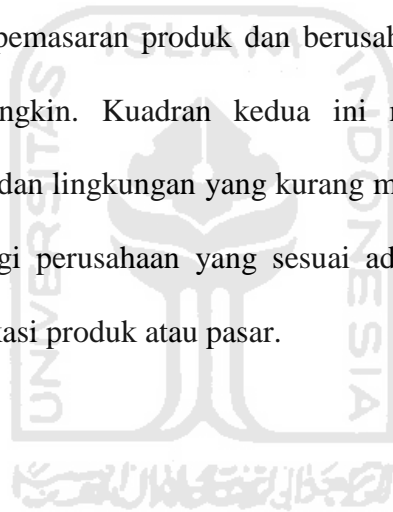
c. Sifat Defensif

Sifat golongan industri ini tidak menarik karena perusahaan kurang dapat bersaing dan minimnya tingkat keuangan yang ada. Kuadran keempat ini menggambarkan kondisi intern yang lemah dan kondisi yang kurang

mendukung sehingga arah, sasaran dan strategi perusahaan yang sesuai adalah bersifat *defensive*, misalnya mempertahankan eksistensi (*Survival Strategy*).

d. Sifat Kompetitif

Sifat khas dari lingkungan industri pada lingkup persaingan tidak stabil dimana faktor kritis adalah keunggulan finansial. Perusahaan pada situasi ini harus mencari sumber keuangan untuk melakukan penyerangan yang ditinjau dari segi pemasaran produk dan berusaha membatasi persaingan pasar sekecil mungkin. Kuadran kedua ini menggambarkan kondisi internal yang kuat dan lingkungan yang kurang mendukung sehingga arah, sasaran dan strategi perusahaan yang sesuai adalah berorientasi keluar, misalnya diversifikasi produk atau pasar.



BAB V

HASIL PENELITIAN

5.1 Hasil Analisis SWOT

Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi dasar adalah melalui analisis SWOT. Rangkuti (2006) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Dengan menggunakan analisis SWOT dimungkinkan para pengambil keputusan kunci dalam suatu perusahaan menggunakan kerangka berpikir yang logis dalam pembahasan yang menyangkut situasi dimana perusahaan berada, identifikasi dan analisis sebagai alternatif yang layak untuk dipertimbangkan akhirnya menjatuhkan pilihan pada alternatif yang paling ampuh.

Dalam penelitian ini, faktor kekuatan dan kelemahan dilihat dari sisi internal perusahaan berupa kondisi tenaga kerja, peralatan, serta kinerja PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta. Sedangkan, faktor peluang dan ancaman dilihat dari sisi eksternal perusahaan berupa kondisi, lingkungan serta tanggapan dari pihak konsumen pedagang tradisional / pelaku UMKM terhadap pelayanan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta.

Untuk menganalisis faktor eksternal PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta, peneliti melakukan wawancara langsung terhadap responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu (lampiran). Jumlah responden yang terpilih sebanyak responden yang berdomisili tersebar pada 2 (dua) Kecamatan yang dipilih merupakan lokasi UMKM terbesar tahun 2010. Responden dalam analisis faktor eksternal PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta ini hanya terbatas pada pelaku UMKM yakni pedagang yang ada di pasar tradisional di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota saja dan dipilih secara acak (*random*) sebanyak 40 pedagang di pasar tradisional Kecamatan Ngaglik dan 60 pedagang di pasar tradisional Kecamatan Sleman Kota.

Berdasarkan data pemilihan responden diatas, peneliti telah melakukan wawancara langsung terhadap para pelanggan dengan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah dipersiapkan terlebih dahulu untuk mengetahui faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman bagi PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta. Hasil wawancara terhadap 100 responden (pedagang) terpilih dan matriks faktor-faktor Strategis Eksternal (*External Strategic Factors Analysis Summary/EFAS*) PT Danagung Bakti Yogyakarta pada tabel 5.1 dan 5.2 sebagai berikut:

Tabel 5.1.
 Penentuan Faktor Strategis, Bobot dan Kategori Kondisi Eksternal
 PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta
 Sumber: data primer diolah

Faktor Eksternal	Mayoritas Jawaban Responden (Pedagang)	Jumlah Penjawab	Bobot	Kategori
Layanan jasa perbankan di mata masyarakat	Sangat bermanfaat sekali (Rating 4)	15 dari 100 orang (15%)	0,15	Peluang
Teknologi bank semakin berkembang	Memanfaatkan sedikit karena tidak terlalu memahami (Rating 1)	5 dari 100 orang (5%)	0,05	Peluang
Pertumbuhan perekonomian masyarakat membaik	Ada perbaikan tetapi tidak terlalu berbeda dari kondisi sebelumnya (Rating 1)	10 dari 100 orang (10%)	0,1	Peluang
Kebijakan pemerintah terhadap UMKM	Sangat setuju dan berharap pelaksanaannya (Rating 4)	20 dari 100 orang (20%)	0,2	Peluang
Banyaknya bank dan lembaga non keuangan	banyak jumlahnya dengan produk sejenis (Rating -3)	20 dari 100 orang (20%)	0,2	Ancaman
Prosedur pinjaman lembaga keuangan non bank	Cukup mudah dan relatif cepat (Rating -2)	15 dari 100 orang (15%)	0,15	Ancaman
Produk dan jasa bank lain	Cukup bervariasi dan menarik (Rating -2)	10 dari 100 orang (10%)	0,1	Ancaman
Tuntutan akan teknologi canggih perbankan masa kini	Berupa pelayanan online tetapi mirip dengan bank lain (Rating -1)	5 dari 100 orang	0,05	Ancaman
Jumlah			1,00	

Tabel 5.2. *External Strategic Factors Analysis (EFAS)*

Sumber: data diolah

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Skor)	Keterangan Alasan Pemberian Rating
A. Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1. Meningkatnya kesadaran masyarakat menengah ke bawah dalam memanfaatkan layanan jasa perbankan.	0,15	4	0,6	1. Masyarakat sangat membutuhkan jasa bank untuk usahanya.
2. Perkembangan teknologi perbankan akan memicu terciptanya produk dan diversifikasi produk baru.	0,05	1	0,05	2. Banyak diversifikasi produk baru tetapi masyarakat kurang memanfaatkan
3. Pertumbuhan perekonomian masyarakat terus membaik.	0,1	3	0,3	3. Banyak UMKM sebagai lahan pekerjaan
4. Rencana pemerintah untuk mengembangkan perekonomian wilayah kabupaten Sleman khususnya untuk usaha kecil dan mikro.	0,2	4	0,8	4. Apresiasi masyarakat sangat baik agar perekonomian mereka meningkat.
Jumlah Peluang (<i>Opportunities</i>)	0,5		1,75	
B. Ancaman (<i>Threats</i>)				
1. Persaingan bank-bank pesaing dan lembaga keuangan non bank dalam melakukan pemasaran kredit semakin tajam.	0,2	-3	-0,6	1. Penawaran kredit sejenis UMKM meningkat dari bank dan non bank lain.
2. Prosedur pinjaman lembaga keuangan non bank cepat dan mudah.	0,15	-2	-0,3	2. Pegadaian dan koperasi cukup mudah prosedur kreditnya.
3. Produk dan jasa bank pesaing lebih variatif dan menarik.	0,1	-2	-0,2	3. Tabungan, kredit bank pesaing cukup banyak
4. Tuntutan akan teknologi canggih mengakibatkan naiknya nilai investasi dan biaya operasional.	0,05	-1	-0,05	4. Pengadaan ATM dan transaksi online.
Jumlah Ancaman (<i>Threats</i>)	0,5		-1,15	
Total	1		0,6	

Untuk menganalisis faktor internal PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pihak PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta serta mengumpulkan data-data internal laporan identifikasi kinerja keuangan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta periode tahun 2008 hingga 2010 untuk pemilihan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan, penentuan bobot serta penentuan rating dalam matrik faktor strategi internal PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta. Seluruh matriks strategi internal ini berasal dari laporan kinerja PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta tahun 2010 yang dapat dilihat pada tabel 5.3 dan 5.4



Tabel 5.3.
 Penentuan Faktor Strategis, Bobot dan Kategori Kondisi Internal
 PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta

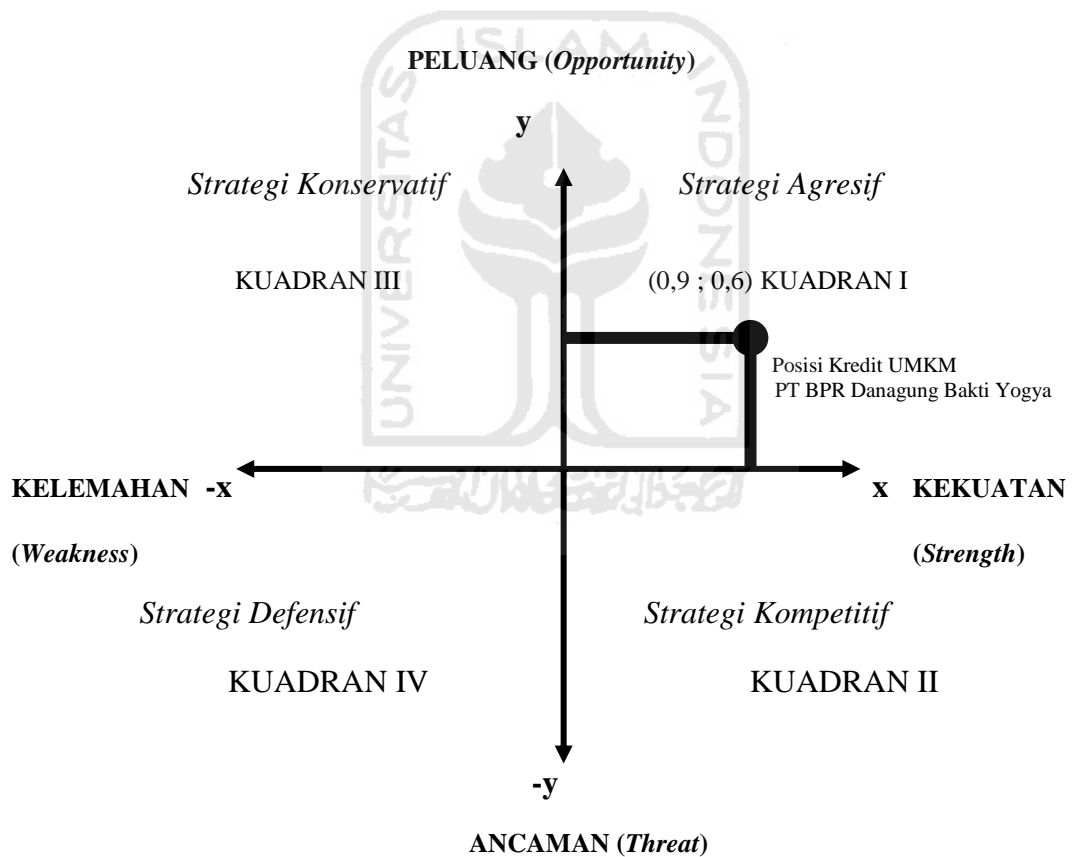
Faktor Internal	Mayoritas Jawaban Pihak Manajemen	Keterangan Penentuan Bobot (Berasal dari Laporan Manajemen)	Bobot	Kategori
Status Kepemilikan Bank	Merupakan Bank Pemerintah, status jelas. (Rating 4)	Pihak manajemen menyatakan kemungkinan bank pemerintah pailit kecil	0,3	Kekuatan
Sistem Bunga Simpanan	Perhitungan harian sama seperti BPR lain. (Rating 1)	Sebagian besar BPR menggunakan bunga simpanan harian	0,1	Kekuatan
Gedung Pelayanan	Tidak berbeda dengan gedung BPR lain (Rating 1)	Berlantai 3 dan lokasi cukup strategis tidak berbeda dengan bank lain	0,1	Kekuatan
Kas dan Pos Unit	Jumlahnya relatif sama dengan BPR lain (Rating 1)	Banyak pos dapat dijangkau masyarakat kabupaten Sleman	0,2	Kekuatan
Teknologi Informasi	Jumlahnya sedikit dan relatif sama dengan BPR lain (Rating -1)	Belum memadai untuk bersaing dengan bank Umum namun cukup kompetitif terhadap BPR lainnya	0,1	Kelemahan
Aktivitas Pemasaran	Pemasaran kredit sangat minim (Rating -3)	Pemasaran kredit bank belum optimal dibanding pemasaran kredit bank lain	0,15	Kelemahan
Pendayagunaan Teknologi	Menggunakan teknologi yang sama dengan BPR lain. (Rating -1)	Teknologi yang digunakan belum optimal untuk bersaing.	0,05	Kelemahan
Sumber Daya Manusia	Jumlah relatif sama dengan karyawan BPR atau bank lain. (Rating -1)	Kurang memiliki keunggulan komparatif dan masih ada yang berpendidikan rendah	0,05	Kelemahan

Tabel 5.4. *Internal Strategic Factors Analysis (IFAS)*

Sumber: data diolah

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Skor)	Keterangan Alasan Pemberian Rating
A. Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
1. PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta merupakan bank milik pemerintah, sehingga kemungkinan untuk pailit sangat kecil.	0,3	4	1,2	1. Status bank sangat aman dan terjamin sehingga kesehatan bank baik sehingga masyarakat merasa aman dalam transaksi di BPR.
2. Sistem bunga simpanan telah diperhitungkan secara harian.	0,1	1	0,1	2. Bungasimpanan diperhitungkan harian menjadi daya tarik nasabah.
3. Memiliki gedung yang representatif, berlantai tiga dan terletak di tempat strategis.	0,05	1	0,05	3. Gedung BPR baik dalam kenyamanan layanan
4. Memiliki kas dan pos unit pelayanan yang dapat dijangkau masyarakat Kabupaten Sleman.	0,2	1	0,2	4. BPR memiliki pos dan kas unit dilokasi strategis untuk layanan.
Jumlah Kekuatan (<i>Strengths</i>)	0,65		1,55	
B. Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
1. Teknologi informasi yang ada belum memadai sebagai kekuatan bersaing.	0,1	-1	-0,1	1. Teknologi BPR masih kalah dengan mayoritas bank umum untuk pelayanan.
2. Aktivitas pemasaran yang masih belum optimal.	0,15	-3	-0,45	2. Pemasaran produk-produk BPR ini belum luas dibanding bank umum .
3. Pendayagunaan dan pengembangan serta pemanfaatan teknologi yang dimiliki belum optimal.	0,05	-1	-0,05	3. Teknologi yang ada kurang dimanfaatkan secara baik oleh manajemen.
4. Pengembangan sumber daya manusia yang tersedia belum mengarah pada keunggulan komparatif dibandingkan bank pesaing.	0,05	-1	-0,05	4. Banyak SDM yang pendidikan rendah dan kurang pengetahuan dan keterampilan untuk pelayanan dan kinerja.
Jumlah Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	0,35		-0,65	
Total	1		0,9	

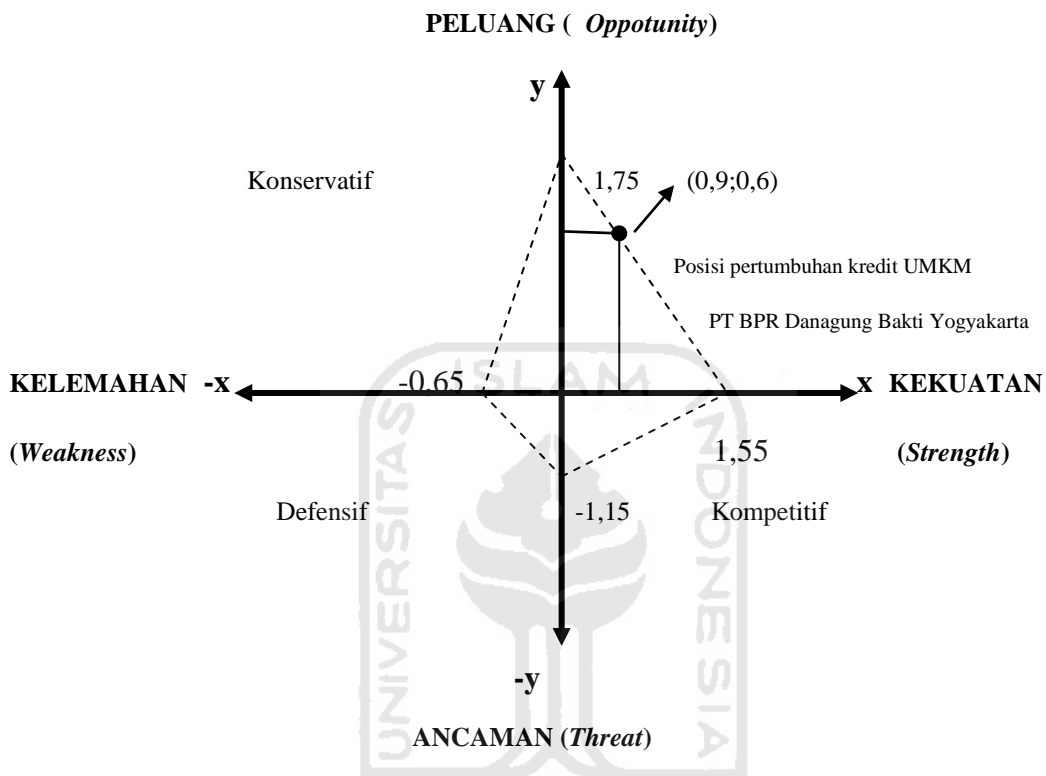
Setelah mengetahui aspek-aspek yang ada dalam analisis SWOT diatas, maka matrik SWOT ini dilakukan perhitungan akan atribut-atribut pengukuran analisis internal dan analisis eksternalnya, akan berguna untuk menentukan posisi. Diagram SWOT yang menggambarkan hasil peta analisis pengembangan pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di kabupaten Sleman oleh PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta adalah sebagai berikut:



Gambar 5.1. Diagram Analisis SWOT Pertumbuhan Kredit UMKM
PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta

Sumber: data diolah

Berdasarkan dari hasil analisis yang pada gambar 5.1 diatas, maka dapat diketahui peta analisis *positioning* dan evaluasi pertumbuhan kredit UMKM PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta adalah sebagai berikut:



Gambar 5.2. Peta Positioning dan Evaluasi Pertumbuhan Kredit UMKM

PT BPR Danagung Yogyakarta

Gambar 5.1 dan Gambar 5.2 menunjukkan kecenderungan pertumbuhan kredit PT BPR Danagung Bakti Kota Yogyakarta berada dalam kuadran I (satu)

yakni berada dalam posisi strategi agresif dalam mendukung UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di kabupaten Sleman. Kredit PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memiliki pengaruh yang positif bagi pertumbuhan UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota. Hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut berada dalam posisi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Sifat agresif merupakan sifat yang menarik pada lingkungan industri yang selalu mengalami perubahan. Dengan demikian, perusahaan mendapatkan nilai dari kesempatan yang ditawarkan oleh industri, misalnya, bertambahnya luas pasar, dan penggunaan sumber-sumber efektif.

PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam implementasi strategisnya diupayakan mendukung posisi strategi agresif dalam mengembangkan pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman, yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Penentuan alternatif strategi yang sesuai bagi pertumbuhan kredit PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta adalah dengan cara membuat matrik SWOT yang tersusun atas 4 (empat) strategi yakni: SO, WO, ST, dan WT. Masing-masing strategi selanjutnya dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung satu sama lain.



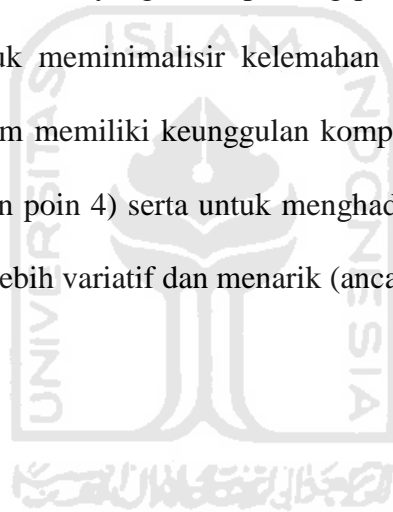
Berdasarkan hasil analisis matriks strategi SWOT PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta pada tabel 5.5 diatas, maka dapat dijelaskan alasan dan keterkaitan rancangan masing-masing strategi sebagai berikut:

- a. Rancangan strategi S-O menumbuhkan kredit UMKM terkait bidang pertanian (poin 1), strategi W-O mengembangkan kerjasama antar pelaku antar bidang UMKM guna menumbuhkan produk-produk kredit (poin 1), strategi S-T Mengembangkan program kredit usaha rakyat (KUR) (poin 2) dan strategi W-T Kerjasama penawaran kredit pemasok bahan baku dengan pelaku usaha UMKM (poin 4) memiliki alasan keterkaitan dimana dalam usaha BPR dalam meningkatkan kekuatan unit pos pelayanan yang dapat dijangkau masyarakat (kekuatan poin 4) ketika terdapat peluang semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan jasa perbankan (peluang poin 1). Keterkaitan ini dilakukan untuk meminimalisir kelemahan pemasaran kredit UMKM yang belum optimal (kelemahan poin 2) serta menghadapi ancaman persaingan bank dan lembaga keuangan non-bank yang melakukan pemasaran kredit semakin tajam (ancaman poin 1).
- b. Rancangan strategi S-O mengembangkan kredit sewa lokasi UMKM di pasar tradisional (poin 2), strategi W-O modernisasi aktivitas pemasaran UMKM secara kontinu (poin 3), strategi S-T penyuluhan kepada nasabah UMKM terhadap pemanfaatan pekarangan rumah (poin 3) serta strategi W-T keterlibatan dalam variasi desain produk UMKM (poin 3) memiliki alasan keterkaitan dimana dalam kekuatan BPR yang memiliki persentase kepailitan sangat kecil karena merupakan bank milik pemerintah (kekuatan

poin 1) serta terdapat peluang ketika pertumbuhan perekonomian masyarakat semakin membaik (peluang poin 3). Keterkaitan strategi ini dilakukan meminimalisir kelemahan pendayagunaan teknologi mayoritas BPR dalam peningkatan pemasaran (kelemahan poin 3) ketika terdapat kekuatan dan peluang serta menghadapi ancaman semakin tingginya biaya investasi (ancaman poin 4).

- c. Rancangan strategi S-O memperkecil resiko kredit permodalan pelaku UMKM di pasar tradisional (poin 3), strategi W-O menggalakkan produk kredit khusus hortikultura di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota (poin 2), strategi S-T mempermudah akses kredit produktivitas UMKM (poin 1), strategi W-T Dorongan kewirausahaan bagi pelaku UMKM di pasar tradisional guna memasarkan berbagai produk kredit (poin 1) memiliki alasan keterkaitan dimana dalam kekuatan BPR memanfaatkan gedung yang representatif ditempat strategis (kekuatan poin 3) yang berpeluang membantu kebijakan pemerintah perihal mengembangkan perekonomian usaha kecil dan mikro (peluang poin 4). Keterkaitan strategi ini dilakukan meminimalisir kelemahan kurang bersaingnya informasi teknologi BPR dengan bank-bank pesaing (kelemahan poin 1) serta menghadapi ancaman makin cepat dan mudahnya prosedur pinjaman lembaga keuangan non-bank terhadap UMKM (ancaman poin 2).
- d. Rancangan strategi S-O mempermudah akses pengajuan kredit pelaku UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota (poin 4), strategi W-O Mengembangkan kerjasama pelaku antar bidang UMKM guna

menumbuhkan produk-produk kredit (poin 4), strategi S-T Pemanfaatan teknologi yang canggih akses kredit bagi pelaku UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota (poin 4), serta strategi W-T inovasi UMKM kayu, bambu dan anyaman pada pelaku usaha di pasar tradisional (poin 2) memiliki alasan keterkaitan dalam usaha BPR memperkuat kebijakan perhitungan sistem bunga simpanan harian (kekuatan poin 2) yang berpadu dengan kemajuan teknologi perbankan memicu terciptanya diversifikasi produk BPR yang baru (peluang poin 2). Keterkaitan strategi ini dilakukan untuk meminimalisir kelemahan kurangnya sumber daya manusia BPR dalam memiliki keunggulan komparatif dibandingkan bank pesaing (kelemahan poin 4) serta untuk menghadapi ancaman produk dan jasa bank pesaing lebih variatif dan menarik (ancaman poin 3).



BAB VI

PEMBAHASAN

6.1 Pembahasan Hasil Penelitian

Isu utama yang dihadapi PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta adalah keterbatasan finansial untuk mempertahankan posisi yang kompetitif dalam lingkungan industri yang menarik. PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya dan beroperasi dalam industri yang cukup menarik, namun kondisi ini hanya dapat dipelihara jika bank dapat meningkatkan efisiensi sumber daya dan daya saingnya secara keseluruhan. Dalam situasi seperti ini, PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dapat memilih untuk melakukan strategi jangka panjang berupa strategi yang agresif untuk meningkatkan kemampuan finansialnya yang merupakan salah satu kelemahan terkini.

Salah satu strategi agresif yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan diferensiasi berupa penambahan atribut dalam produknya untuk meningkatkan daya saing yang dimilikinya. Selama ini, PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta telah berhasil mengembangkan kredit umum bulanan yang unik dan terbukti menjaring banyak nasabah. Kredit Umum Bulanan Danagung adalah kredit untuk perorangan atau badan usaha (perusahaan) dengan pengembalian berupa angsuran tetap (angsuran pokok plus bunga) selama maksimal 24 bulan (menyesuaikan kondisi) dengan suku bunga tetap (flat) dapat digunakan untuk menambah modal usaha maupun keperluan konsumtif. Strategi diferensiasi dapat

dilakukan dengan mengembangkan produk kredit umum bulanan ini menjadi lebih besar atau mengembangkan produk baru yang inovatif bagi UMKM.

PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta juga dapat mengembangkan program-program kredit lainnya untuk menjangkau pelaku UMKM yang memiliki kebutuhan kredit khusus seperti kredit kepemilikan sepeda motor, kredit cepat kilat, kredit profesi, kredit kartini dan kredit harian pasar. Kredit kepemilikan motor merupakan inovasi khusus pembelian sepeda motor yang dijalankan sejak awal tahun 2009. Kredit ini dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk kepemilikan kendaraan bermotor guna mendukung aktivitas usahanya.

Inovasi pada tahun 2010 juga dapat digalakkan yakni kredit harian pasar dimana diperuntukkan bagi para pedagang atau pelaku UMKM di pasar dengan sistem angsuran harian selama maksimal enam hari atau 25 kali dalam sebulan. Agunan berupa KBP (Kartu Bukti Pedagang) dan atau plus BPKB atau sertifikat tanah, dan jangka waktu kredit maksimal 6 bulan. Kelebihan skim kredit ini adalah bunga lebih kompetitif, pelunasan kredit hanya sisa pokok dan bunga berjalan, terdapat asuransi jiwa dan kendaraan serta berbagai hadiah menarik

Untuk nasabah peminjam, PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta juga dapat memberikan hadiah langsung kepada nasabah yang kreditnya disetujui atau angsurannya tidak terlambat dalam kurun waktu tertentu. Hadiah-hadiah tersebut selain dapat menarik nasabah peminjam baru juga memotivasi nasabah peminjam yang termotivasi. Hal ini secara tidak langsung akan berdampak pada pemasaran

yang berkembang dalam pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman.



BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, beberapa temuan yang dapat dijadikan sebagai kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Analisis lingkungan internal PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memberikan hasil bahwa PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memiliki sumber daya manusia yang dapat dikembangkan. Sedangkan hasil analisis lingkungan eksternal secara umum menunjukkan bahwa kondisi perekonomian, politik, dan pemerintahan Indonesia saat ini mulai membaik.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT diketahui pertumbuhan kredit PT BPR Danagung Bakti Kota Yogyakarta berada dalam kuadran I (satu) yakni berada dalam posisi strategi agresif dalam mendukung UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di kabupaten Sleman. Kredit PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta memiliki pengaruh yang positif bagi pertumbuhan UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota. Hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut berada dalam posisi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Salah

satu strategi agresif yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan diferensiasi berupa penambahan atribut dalam produknya untuk meningkatkan daya saing yang dimilikinya, yakni PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta telah berhasil mengembangkan kredit umum bulanan yang unik dan terbukti menjaring banyak nasabah UMKM, mengembangkan program-program kredit lainnya untuk menjaring pelaku UMKM yang memiliki kebutuhan kredit khusus seperti kredit kepemilikan sepeda motor, kredit cepat kilat, kredit profesi, kredit kartini dan kredit harian pasar. Selain itu, untuk nasabah peminjam, PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta juga dapat memberikan hadiah langsung kepada nasabah yang kreditnya disetujui atau angsurannya tidak terlambat dalam kurun waktu tertentu yang akan berdampak pada pemasaran yang berkembang dalam pertumbuhan kredit UMKM Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota di Kabupaten Sleman. Dengan demikian, perusahaan mendapatkan nilai dari kesempatan yang ditawarkan oleh industri, misalnya, bertambahnya luas pasar, dan penggunaan sumber-sumber efektif.

7.2 Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan. Pertama, lingkup penelitian ini terbatas pada strategi pemasaran kredit BPR untuk UMKM saja. Kedua, penelitian ini hanya dilakukan pada data selama tanggal 24 Agustus 2010 sampai dengan tanggal 25 Oktober 2010. Terakhir, penelitian ini hanya menggunakan satu alat analisis saja.

7.3 Saran

Terkait dengan kesimpulan yang telah diambil, beberapa tindakan yang dapat dilakukan untuk mendukung pelaksanaan strategi tersebut antara lain beberapa hal berikut ini:

1. Memperluas target pasar yang dibidik, dari hanya pengusaha dan pedagang skala mikro menjadi mencakup unsur-unsur yang terkait dengan Pemerintah Daerah seperti Pegawai Negeri Sipil atau perusahaan rekanan pemda. Perluasan target pasar yang terarah dapat dilakukan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta melalui kerjasama dengan berbagai instansi baik setingkat dinas, badan, ataupun instansi independen lainnya untuk memberikan jasa kredit pada para Pegawai Negeri Sipil di instansi-instansi tersebut yang membutuhkan. Kerjasama sejenis juga dapat dilakukan dengan melakukan perikatan kerjasama dengan semua instansi atau badan di lingkungan Pemerintah Kabupaten Sleman untuk menawarkan program kredit modal kerja pada perusahaan rekanan Pemda yang terlibat dalam

proyek-proyek di Kabupaten Sleman. Melakukan pendekatan pada Pemerintah Kabupaten Sleman untuk menambah modalnya di PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta atau mengurangi persentase kontribusinya pada Pendapatan Asli Daerah dalam jangka waktu tertentu untuk memberikan kesempatan pada PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta untuk meningkatkan kondisi finansialnya.

2. Peningkatan profesionalisme di manajemen operasional PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia. Dengan kendala yang diidentifikasi terjadi pada PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta, maka yang dapat dilakukan antara lain: persyaratan pegawai, pelatihan teknis dan penguasaan teknologi yang lebih intensif, serta optimalisasi sistem operasional.
3. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas periode penelitian sejenis karena penelitian ini hanya menganalisis strategi pemasaran kredit PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta dalam periode tanggal 24 Agustus 2010 sampai dengan tanggal 25 Oktober 2010 saja. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas atau menambah alat analisis dan dapat memberikan informasi yang komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia, 2006. *Cetak Biru BPR 2006*. Jakarta.
- BPS, 2006. *Produk Domestik Bruto*. Jakarta.
- Basuki, U.T., 2009. Ide Dasar Pentingnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Info Koperasi, Vol. 17, 1-12*.
- Colter, J.M., 1994. Masalah Perkreditan Dalam Pembangunan Pertanian. Faisal Kasryno, *Prospek Pembangunan Ekonomi Pedesaan Indonesia*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Cravens, D. W., 1996. *Pemasaran Strategis*, edisi ke 4, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Dipta, 2009. Kebijakan Pemberdayaan UMKM Sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. *Info Koperasi, Vol. 17, 13-25*.
- De Kluyver, C.A., 2000. *Strategic Thinking : An Executive Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- H. Rowe, Mosen, R., and Dickel, K., 1997. *Strategic Management Business Policy, A Methodological Approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hassan and Abdus, K., 2000. The Performance of Islamic Bank During 1984-1997: An Exploratory Study. *International Journal of Islamic Financial Services*. Vol. 2(4), 32-35.
- Herri, M., 2006. Studi Peningkatan Peran Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dalam Pembiayaan Usaha Mikro Kecil (UMK) di Sumatera Barat. *Laporan*

Penelitian kerjasama antara Bank Indonesia dan Center for Banking Research (CBR)-Andalas University.

Hertianti, A., 2006. Analisis dan Formulasi Strategi Bank Pemerintah Daerah Studi Kasus Pada PD BPR Bank Pasar Lamongan Jawa Timur. *Karya Akhir*. Jakarta : Universitas Indonesia.

Holloh, D. 2001. *Microfinance Institutions Study*. ProFI..

Indrianto, Nur, S., dan Bambang., 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Jakarta: Rineka Cipta.

John, M. B., 2001. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi*, Penerbit Pustaka Pelajar, Cetakan Ke Empat, Jakarta.

Kerlinger, F.N., 1998. *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Penerjemah: Landung R Simatupang, Ed. H. J Koesoemanto. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Kotler, P., 1998. *Manajemen Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.

Kuncoro, M., 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.

Kunto, A., 2003. Strategi Pemasaran PT. BPR Bhakti Daya Ekonomi Dalam Menghadapi Persaingan Di Yogyakarta, Tesis. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Muhammad, S., 2000. *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*. edisi ke 3. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Mc Iver, C., 1987. *Pemasaran Jasa-Jasa Keuangan*. Jakarta: Bina Aksara.

Moleong, L.J., 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Poerwanti, Rahma, S., dan Intan, D., 1994. *Dimensi-Dimensi Riset Ilmiah*. Malang: Pusat Penerbitan UMM.
- Rahman, H., 2004. *Membangun Microbanking*, Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Rangkuti, F., 2006. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Rosario, M.K., 2003. Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sutera Bank BPD Cabang Senopati. Tesis. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Sadar, K., 2004. Performance of Conventional Banking in Malaysia: A Comparative Analysis. *Journal of Islamic Financial Services*. Vol 1 No.3.
- Sucipto, 2009. Bank Perkreditan Rakyat di Yogyakarta Salurkan Kredit Rp 2,92 Triliun. *www.kompas.com*.
- Sugiyono, 1999. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharsimi, A., 2000. *Manajemen Penelitian*, Penerbit Rineka Cipta, Cetakan ke Empat, Jakarta.
- Sutopo, W., 2005. "Hubungan Antara Lembaga Keuangan Mikro dan kontribusi Usaha kecil dalam Pengentasan Kemiskinan", *Manajemen Usahawan Indonesia*, No.01, XXX, Januari, hal 3-12.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 : Tentang Perbankan*, 2002. Sinar Grafika, Jakarta.
- Yeremy, S., 2010. Strategi Peningkatan Peran Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Jawa Barat Dalam Pembiayaan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Kabupaten Sumedang. (tesis). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Keuangan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta 2008

PT. BPR Danagung Bakti
JL. KALIURANG KM.5,8 GG. PANDEGA SATYA NO.26A CATURTUNGGAL DEPOK

Periode: Desember - 2008

LAPORAN NERACA

(Ribuan Rp.)

No	Pos-Pos	Posisi Desember 2008	Posisi Desember 2007
	AKTIVA		
1	Kas	697,495	567,516
2	Sertifikat Bank Indonesia	0	0
3	Antarbank Aktiva		
	a. Pada bank umum	9,099,891	9,772,816
	b. Pada BPR	1,044,159	3,989,848
4	Kredit yang diberikan		
	a. Pihak terkait	158,000	0
	b. Pihak tidak terkait	49,075,670	42,826,155
5	Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif -/-	1,046,388	779,048
6	Aktiva dalam valuta asing	0	0
7	Aktiva tetap dan inventaris		
	a. Tanah dan gedung	100,000	100,000
	b. Akumulasi penyusutan gedung -/-	6,250	1,250
	c. Inventaris	2,337,208	2,197,010
	d. Akumulasi penyusutan inventaris -/-	1,580,477	1,593,454
8	Aktiva Lain-lain	1,905,942	890,230
	Jumlah Aktiva	61,785,250	57,969,823

No	Pos-Pos	Posisi Desember 2008	Posisi Desember 2007
	PASSIVA		
1	Kewajiban-kewajiban yang segera dapat dibayar	73,221	66,227
2	Tabungan		
	a. Pihak terkait	125,449	97,316
	b. Pihak tidak terkait	13,006,443	12,206,267
3	Deposito berjangka		
	a. Pihak terkait	134,000	194,500
	b. Pihak tidak terkait	38,278,800	31,751,300
4	Kewajiban kepada Bank Indonesia	0	0
5	Antarbank pasiva	2,459,022	7,452,376
6	Pinjaman yang diterima	0	0
7	Pinjaman subordinasi	555,556	777,778
8	Rupa-rupa Pasiva	673,207	612,342
9	Ekuitas :		
	a. Modal dasar	10,000,000	10,000,000
	b. Modal yang belum disetor -/-	7,200,000	7,200,000
	c. Agio	0	0
	d. Disagio -/-	0	0
	e. Modal sumbangan	0	0
	f. Modal pinjaman	0	0
	g. Dana setoran modal	500,000	0
	h. Cadangan revaluasi aktiva tetap	0	0
	i. Cadangan umum	1,246,379	1,055,044
	j. Cadangan tujuan	0	0
	k. Laba yang ditahan	0	0
	l. Saldo Laba (Rugi) tahun berjalan	1,933,173	956,673
	Jumlah Pasiva	61,785,250	57,969,823

Laporan Laba Rugi

(Ribuan Rp.)

No	Pos-Pos	Posisi Desember 2008	Posisi Desember 2007
	PENDAPATAN		
1	Pendapatan Operasional		
	a.Bunga	12,292,443	11,238,292
	b.Provisi dan Komisi	1,235,902	895,030
	c.Lainnya	202,962	116,800
2	Jumlah Pendapatan Operasional	13,731,307	12,250,122
3	Pendapatan Non Operasional	101,065	9,690
4	Jumlah Pendapatan	13,832,372	12,259,812
	BEBAN		
5	Beban Operasional		
	a.Beban bunga	5,074,260	5,020,991
	b.Beban administrasi dan umum	1,191,613	959,001
	c.Beban Personalia	3,146,296	3,600,408
	d.Penyisihan aktiva produktif	288,204	273,842
	e.Beban operasional lainnya	1,248,069	952,982
6	Jumlah beban operasional	10,948,442	10,807,224
7	Beban non operaasional	147,254	110,913
8	Jumlah beban	11,095,696	10,918,137
9	Laba/rugi sebelum pajak penghasilan (PPH)	2,736,676	1,341,675
10	Taksiran pajak penghasilan	803,503	385,002
11	Laba/rugi tahun berjalan	1,933,173	956,673

Laporan Komitmen dan Kontinjensi

(Ribuan Rp.)

No	Pos-Pos	Posisi Desember 2008	Posisi Desember 2007
	KOMITMEN		
1	Fasilitas pinjaman yang diterima dan belum ditarik	440,978	530
2	Fasilitas kredit kepada nasabah yang belum ditarik	0	0
3	Lain-lain	1,415,361	1,116,211
	JUMLAH KOMITMEN	1,856,339	1,116,741
	KONTINJENSI		
1	Pendapatan bunga dalam penyelesaian	600,764	361,184
2	Lain-lain	169,696	169,696
	JUMLAH KONTINJENSI	770,460	530,880

Laporan Kualitas Aktiva Produktif & Informasi Lainnya

(Ribuan Rp.)

Keterangan	L	KL	D	M	Jumlah
1. Penempatan pada bank lain	4,285,618	0	0	0	4,285,618
2. Kredit yang diberikan	-	-	-	-	-
a. Kepada pihak terkait	158,000	0	0	0	158,000
b. Kepada pihak tidak terkait	44,832,317	1,675,720	1,245,569	1,322,064	49,075,670
3. Jumlah Aktiva Produktif	49,275,935	1,675,720	1,245,569	1,322,064	53,519,288
4. NPL Net (%)	-	-	-	-	7.01
5. Rasio KPMM (%)	-	-	-	-	14.47
6. Loan to Deposit Ratio (%)	-	-	-	-	82.72
7. Return on Asset (ROA) (%)	-	-	-	-	4.75

PENGURUS BANK	PEMILIK BANK
Dewan Komisaris: Dra. Sri Mulyani Prof. DR. dr. H Rusdi Lamsudin	Pemegang Saham: Rachmad Ali (55.05%) Tedy Alamsyah, SE (20.00%) Hj. Tri Marchamah Harinto (4.95%) Janti Kusuma, SE (10.00%) Irma Kustandari, SH, M.Hum (10.00%)
Direksi: Tedy Alamsyah, SE Sri Sudewi, SH	Pemegang Saham Pengendali: Rachmad Ali

* Laporan Keuangan Publikasi ini telah diaudit oleh Drs. Dadang Mulyana, Akt.

* Informasi keuangan di atas telah disusun untuk memenuhi Peraturan Bank Indonesia No.8/20/PBI/2006 tanggal 5 Oktober 2006 tentang Transparansi Kondisi Keuangan Bank Perkreditan Rakyat dan Surat Edaran Bank Indonesia No.8/30/DPBPR tanggal 12 Desember 2006 perihal Laporan tahunan dan laporan Keuangan Publikasi BPR

* Laporan Keuangan Publikasi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab Direksi BPR

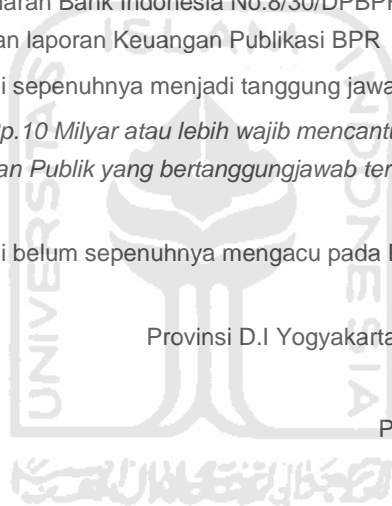
* *Bagi BPR dengan total asset Rp.10 Milyar atau lebih wajib mencantumkan nama Kantor Akuntan Publik dan nama Akuntan Publik yang bertanggungjawab terhadap audit (partner in-charge)*

* Laporan Keuangan Publikasi ini belum sepenuhnya mengacu pada Pedoman Akuntansi BPR

Provinsi D.I Yogyakarta, 31 - Desember – 2008

DIREKSI

PT. BPR Danagung Bakti



Lampiran 2. Laporan Keuangan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta 2009

Laporan Keuangan Publikasi Triwulanan

PT. BPR Danagung Bakti
JL. KALIURANG KM.5,8 GG. PANDEGA SATYA NO.26A CATURTUNGGAL DEPOK

Periode: Desember - 2009

LAPORAN NERACA

(Ribuan Rp.)

No	Pos-Pos	Posisi Desember 2009	Posisi Desember 2008
	AKTIVA		
1	Kas	662,911	697,495
2	Sertifikat Bank Indonesia	0	0
3	Antarbank Aktiva		
	a. Pada bank umum	13,037,455	9,099,891
	b. Pada BPR	2,772,845	1,044,159
4	Kredit yang diberikan		
	a. Pihak terkait	74,000	158,000
	b. Pihak tidak terkait	45,569,345	49,075,670
5	Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif -/-	1,446,651	1,046,388
6	Aktiva dalam valuta asing	0	0
7	Aktiva tetap dan inventaris		
	a. Tanah dan gedung	100,000	100,000
	b. Akumulasi penyusutan gedung -/-	11,250	6,250
	c. Inventaris	2,324,466	2,337,208
	d. Akumulasi penyusutan inventaris -/-	1,760,080	1,580,477
8	Aktiva Lain-lain	1,392,613	1,905,942
	Jumlah Aktiva	62,715,654	61,785,250

No	Pos-Pos	Posisi Desember 2009	Posisi Desember 2008
	PASSIVA		
1	Kewajiban-kewajiban yang segera dapat dibayar	77,952	73,221
2	Tabungan		
	a. Pihak terkait	172,522	125,449
	b. Pihak tidak terkait	15,468,316	13,006,443
3	Deposito berjangka		
	a. Pihak terkait	42,000	134,000
	b. Pihak tidak terkait	39,042,300	38,278,800
4	Kewajiban kepada Bank Indonesia	0	0
5	Antarbank pasiva	0	2,459,022
6	Pinjaman yang diterima	0	0
7	Pinjaman subordinasi	333,333	555,556
8	Rupa-rupa Pasiva	605,696	673,207
9	Ekuitas :		
	a. Modal dasar	10,000,000	10,000,000
	b. Modal yang belum disetor -/-	6,700,000	7,200,000
	c. Agio	0	0
	d. Disagio -/-	0	0
	e. Modal sumbangan	0	0
	f. Modal pinjaman	0	0
	g. Dana setoran modal	0	500,000
	h. Cadangan revaluasi aktiva tetap	0	0
	i. Cadangan umum	1,646,379	1,246,379
	j. Cadangan tujuan	0	0
	k. Laba yang ditahan	600,000	0
	l. Saldo Laba (Rugi) tahun berjalan	1,427,156	1,933,173
	Jumlah Pasiva	62,715,654	61,785,250

Laporan Laba Rugi

(Ribuan Rp.)

No	Pos-Pos	Posisi Desember 2009	Posisi Desember 2008
	PENDAPATAN		
1	Pendapatan Operasional		
	a.Bunga	12,540,072	12,292,443
	b.Provisi dan Komisi	1,033,514	1,235,902
	c.Lainnya	518,722	202,962
2	Jumlah Pendapatan Operasional	14,092,308	13,731,307
3	Pendapatan Non Operasional	108,790	101,065
4	Jumlah Pendapatan	14,201,098	13,832,372
	BEBAN		
5	Beban Operasional		
	a.Beban bunga	5,604,768	5,074,260
	b.Beban administrasi dan umum	1,572,232	1,191,613
	c.Beban Personalia	3,038,712	3,146,296
	d.Penyisihan aktiva produktif	464,683	288,204
	e.Beban operasional lainnya	1,490,183	1,248,069
6	Jumlah beban operasional	12,170,578	10,948,442
7	Beban non operaasional	170,598	147,254
8	Jumlah beban	12,341,176	11,095,696
9	Laba/rugi sebelum pajak penghasilan (PPh)	1,859,922	2,736,676
10	Taksiran pajak penghasilan	432,766	803,503
11	Laba/rugi tahun berjalan	1,427,156	1,933,173

Laporan Komitmen dan Kontinjensi

(Ribuan Rp.)

No	Pos-Pos	Posisi Desember 2009	Posisi Desember 2008
	KOMITMEN		
1	Fasilitas pinjaman yang diterima dan belum ditarik	0	440,978
2	Fasilitas kredit kepada nasabah yang belum ditarik	0	0
3	Lain-lain	1,173,241	1,415,361
	JUMLAH KOMITMEN	1,173,241	1,856,339
	KONTINJENSI		
1	Pendapatan bunga dalam penyelesaian	1,172,991	600,764
2	Lain-lain	169,696	169,696
	JUMLAH KONTINJENSI	1,342,687	770,460

Laporan Kualitas Aktiva Produktif & Informasi Lainnya

(Ribuan Rp.)

Keterangan	L	KL	D	M	Jumlah
1. Penempatan pada bank lain	8,225,733	0	0	0	8,225,733
2. Kredit yang diberikan	-	-	-	-	-
a. Kepada pihak terkait	74,000	0	0	0	74,000
b. Kepada pihak tidak terkait	40,863,899	766,277	573,204	3,365,965	45,569,345
3. Jumlah Aktiva Produktif	49,163,632	766,277	573,204	3,365,965	53,869,078
4. NPL Net (%)	-	-	-	-	7.68
5. Rasio KPMM (%)	-	-	-	-	16.74
6. Loan to Deposit Ratio (%)	-	-	-	-	74.84
7. Return on Asset (ROA) (%)	-	-	-	-	3.03

PENGURUS BANK	PEMILIK BANK
Dewan Komisaris: Prof. DR. dr. H Rusdi Lamsudin	Pemegang Saham: Rachmad Ali (55.05%) Tedy Alamsyah (20.00%) Hj. Tri Marchamah Harinto (4.95%) Janti Kusuma, SE (10.00%) Irma Kustandari, SH, M. Hum (10.00%)
Direksi: Tedy Alamsyah Sri Mulyani	Pemegang Saham Pengendali: Rachmad Ali

* Laporan Keuangan Publikasi ini belum diaudit

* Informasi keuangan di atas telah disusun untuk memenuhi Peraturan Bank Indonesia No.8/20/PBI/2006 tanggal 5 Oktober 2006 tentang Transparansi Kondisi Keuangan Bank Perkreditan Rakyat dan Surat Edaran Bank Indonesia No.8/30/DPBPR tanggal 12 Desember 2006 perihal Laporan tahunan dan laporan Keuangan Publikasi BPR

* Laporan Keuangan Publikasi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab Direksi BPR

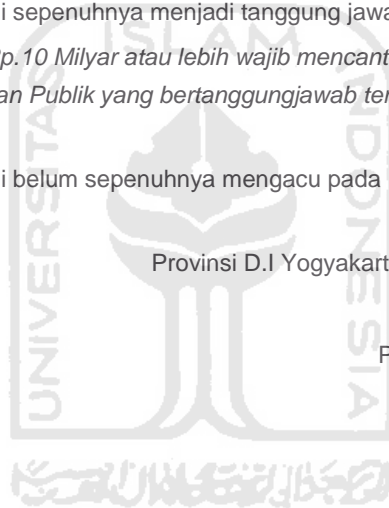
* Bagi BPR dengan total asset Rp.10 Milyar atau lebih wajib mencantumkan nama Kantor Akuntan Publik dan nama Akuntan Publik yang bertanggungjawab terhadap audit (partner in-charge)

* Laporan Keuangan Publikasi ini belum sepenuhnya mengacu pada Pedoman Akuntansi BPR

Provinsi D.I Yogyakarta, 31 - Desember - 2009

DIREKSI

PT. BPR Danagung Bakti



Lampiran 3. Laporan Keuangan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta 2010

Laporan Keuangan Publikasi Triwulanan

PT. BPR Danagung Bakti

JL. KALIURANG KM.5,8 GG. PANDEGA SATYA NO.26A CATURTUNGGAL DEPOK

Periode: September - 2010

LAPORAN NERACA

(Ribuan Rp.)

No	Pos-Pos	Posisi September 2010	Posisi September 2009
	AKTIVA		
1	Kas	750,396	624,004
2	Sertifikat Bank Indonesia	0	0
3	Antarbank Aktiva		
	a. Pada bank umum	9,455,713	12,371,730
	b. Pada BPR	5,269,088	2,632,635
4	Kredit yang diberikan		
	a. Pihak terkait	341,875	95,000
	b. Pihak tidak terkait	48,794,421	44,085,397
5	Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif -/-	1,198,343	1,463,110
6	Aktiva dalam valuta asing	0	0
7	Aktiva tetap dan inventaris		
	a. Tanah dan gedung	100,000	100,000
	b. Akumulasi penyusutan gedung -/-	15,000	10,000
	c. Inventaris	2,223,939	2,398,336
	d. Akumulasi penyusutan inventaris -/-	1,634,835	1,751,567
8	Aktiva Lain-lain	2,005,984	1,938,171
	Jumlah Aktiva	66,093,238	61,020,596

No	Pos-Pos	Posisi September 2010	Posisi September 2009
	PASSIVA		
1	Kewajiban-kewajiban yang segera dapat dibayar	80,521	77,304
2	Tabungan		
	a. Pihak terkait	158,449	154,363
	b. Pihak tidak terkait	14,843,733	14,595,872
3	Deposito berjangka		
	a. Pihak terkait	79,500	42,000
	b. Pihak tidak terkait	42,770,800	38,653,300
4	Kewajiban kepada Bank Indonesia	0	0
5	Antarbank pasiva	24,850	0
6	Pinjaman yang diterima	0	0
7	Pinjaman subordinasi	111,111	333,333
8	Rupa-rupa Pasiva	1,030,379	602,159
9	Ekuitas :		
	a. Modal dasar	10,000,000	10,000,000
	b. Modal yang belum disetor -/-	6,700,000	6,700,000
	c. Agio	0	0
	d. Disagio -/-	0	0
	e. Modal sumbangan	0	0
	f. Modal pinjaman	0	0
	g. Dana setoran modal	0	0
	h. Cadangan revaluasi aktiva tetap	0	0
	i. Cadangan umum	1,931,810	1,646,379
	j. Cadangan tujuan	0	0
	k. Laba yang ditahan	600,000	600,000
	l. Saldo Laba (Rugi) tahun berjalan	1,162,085	1,015,886
	Jumlah Pasiva	66,093,238	61,020,596

Laporan Laba Rugi

(Ribuan Rp.)

No	Pos-Pos	Posisi September 2010	Posisi September 2009
	PENDAPATAN		
1	Pendapatan Operasional		
	a.Bunga	9,679,528	9,264,588
	b.Provisi dan Komisi	264,851	726,561
	c.Lainnya	543,664	330,859
2	Jumlah Pendapatan Operasional	10,488,043	10,322,008
3	Pendapatan Non Operasional	25,857	54,465
4	Jumlah Pendapatan	10,513,900	10,376,473
	BEBAN		
5	Beban Operasional		
	a.Beban bunga	4,072,891	4,230,455
	b.Beban administrasi dan umum	1,250,322	1,128,458
	c.Beban Personalia	2,340,135	2,165,774
	d.Penyisihan aktiva produktif	322,610	416,722
	e.Beban operasional lainnya	1,111,376	1,018,451
6	Jumlah beban operasional	9,097,334	8,959,860
7	Beban non operaasional	88,469	122,661
8	Jumlah beban	9,185,803	9,082,521
9	Laba/rugi sebelum pajak penghasilan (PPh)	1,328,097	1,293,952
10	Taksiran pajak penghasilan	166,012	278,066
11	Laba/rugi tahun berjalan	1,162,085	1,015,886

Laporan Komitmen dan Kontinjensi

(Ribuan Rp.)

No	Pos-Pos	Posisi September 2010	Posisi September 2009
	KOMITMEN		
1	Fasilitas pinjaman yang diterima dan belum ditarik	0	0
2	Fasilitas kredit kepada nasabah yang belum ditarik	0	0
3	Lain-lain	1,211,327	1,077,061
	JUMLAH KOMITMEN	1,211,327	1,077,061
	KONTINJENSI		
1	Pendapatan bunga dalam penyelesaian	1,430,338	1,144,444
2	Lain-lain	562,397	169,696
	JUMLAH KONTINJENSI	1,992,735	1,314,140

Laporan Kualitas Aktiva Produktif & Informasi Lainnya

(Ribuan Rp.)

Keterangan	L	KL	D	M	Jumlah
1. Penempatan pada bank lain	10,208,734	0	0	0	10,208,734
2. Kredit yang diberikan	-	-	-	-	-
a. Kepada pihak terkait	341,875	0	0	0	341,875
b. Kepada pihak tidak terkait	44,020,205	1,513,020	855,730	2,405,466	48,794,421
3. Jumlah Aktiva Produktif	54,570,814	1,513,020	855,730	2,405,466	59,345,030
4. NPL Net (%)	-	-	-	-	7.86
5. Rasio KPMM (%)	-	-	-	-	14.88
6. Loan to Deposit Ratio (%)	-	-	-	-	76.46
7. Return on Asset (ROA) (%)	-	-	-	-	2.95

PENGURUS BANK PEMILIK BANK	
Dewan Komisaris: Anna Wijayanti	Pemegang Saham: Rachmad Ali (55.05%) Tedy Alamsyah (20.00%) Hj. Tri Marchamah Harinto (4.95%) Janti Kusuma, SE (10.00%) Irma Kustandari, SH, M. Hum (10.00%)
Direksi: Tedy Alamsyah Sri Mulyani	Pemegang Saham Pengendali: Rachmad Ali

* Laporan Keuangan Publikasi ini belum diaudit

* Informasi keuangan di atas telah disusun untuk memenuhi Peraturan Bank Indonesia No.8/20/PBI/2006 tanggal 5 Oktober 2006 tentang Transparansi Kondisi Keuangan Bank Perkreditan Rakyat dan Surat Edaran Bank Indonesia No.8/30/DPBPR tanggal 12 Desember 2006 perihal Laporan tahunan dan laporan Keuangan Publikasi BPR

* Laporan Keuangan Publikasi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab Direksi BPR

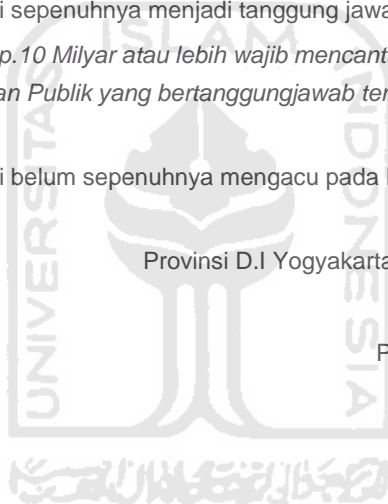
* Bagi BPR dengan total asset Rp.10 Milyar atau lebih wajib mencantumkan nama Kantor Akuntan Publik dan nama Akuntan Publik yang bertanggungjawab terhadap audit (partner in-charge)

* Laporan Keuangan Publikasi ini belum sepenuhnya mengacu pada Pedoman Akuntansi BPR

Provinsi D.I Yogyakarta, 30 - September - 2010

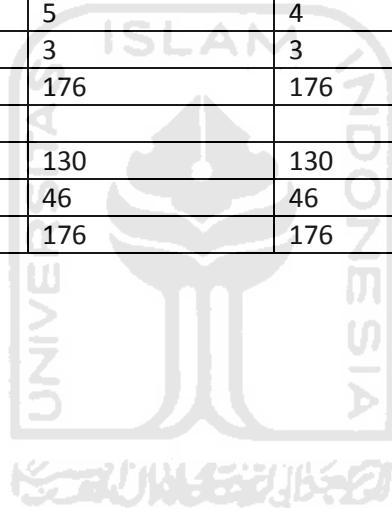
DIREKSI

PT. BPR Danagung Bakti



Lampiran 4. Komposisi Karyawan PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta

No	Uraian	2006	2007	2008
1	Status Kepegawaian			
	a. Pegawai Negeri	1	2	2
	b. Pegawai Perusahaan	138	137	154
	c. Calon Pegawai	20	25	12
	d. Tenaga Kontrak	17	12	9
	Jumlah	176	176	177
2	Pendidikan			
	a. S2	8	9	9
	b. S1	79	80	80
	c. Sarjana Muda	3	4	3
	d. SLTA	78	76	78
	e. SLTP	5	4	4
	f. SD	3	3	3
	Jumlah	176	176	177
3	Jenis Kelamin			
	a. Laki-laki	130	130	130
	b. Perempuan	46	46	47
	Jumlah	176	176	177



KUESIONER

Program Survei Potensi Kredit bagi Usaha Mikro Kecil Menengah
di Kabupaten Sleman Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta - 2010

KOTAK VERIFIKASI

Pengusaha : Kecamatan _____

Waktu Wawancara : Tgl _____ Pukul _____ hingga _____

Surveyor : _____

DATA PRIBADI RESPONDEN

1. Nama responden : _____
2. Usia

a. 18-25 th	b. 26-40 th	c. 41-50 th	d. >50 th
-------------	-------------	-------------	-----------
3. Alamat rumah : _____
4. Telpn : _____ / HP _____
5. Jumlah Anggota Keluarga : _____ orang & Tanggungan : _____ orang
6. pendidikan terakhir

a. sd SMA	b. Diploma	c. S-1	d. >S1
-----------	------------	--------	--------
7. Lama tinggal

a. sd 2th	b. 3-5 th	c. 6-10th	d. >10 th
-----------	-----------	-----------	-----------
8. Pekerjaan

a. Swasta	b. Pengusaha	c. PNS	d. lainnya _____
-----------	--------------	--------	------------------
9. Pekerjaan Suami/Istri *

a. Swasta	b. Pengusaha	c. PNS	d. lainnya _____
-----------	--------------	--------	------------------
10. Pengeluaran Bulanan rumah tangga

a. sd Rp 1jt	b. sd Rp 2jt	c. sd Rp 3jt	d. > Rp 3jt
--------------	--------------	--------------	-------------
11. Daya Listrik rumah

a. sd 900w	b. sd 1.300	c. sd 2.200	d. >2.200
------------	-------------	-------------	-----------
12. Luas tanah

a. sd 100m ²	b. sd 200m ²	c. sd 400m ²	d. >400m ²
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-----------------------
13. Luas bangunan

a. sd 45m ²	b. sd 70m ²	c. sd 100m ²	d. >100m ²
------------------------	------------------------	-------------------------	-----------------------
14. Status rumah

a. Milik Sendiri	b. Milik Keluarga	c. Rumah Dinas	d. Kost/Sewa
------------------	-------------------	----------------	--------------
15. Cara Kepemilikan [khusus jawab 13a]

a. Hibah	b. Warisan	c. Bangun Sendiri	d. Beli
----------	------------	-------------------	---------
16. Status Kendaraan

a. Milik Sendiri	b. Milik Keluarga	c. Kendaraan Dinas	d. Sewa
------------------	-------------------	--------------------	---------
17. Apabila kendaraan bermotor bukan atas Nama Sendiri, apa sebabnya belum dibalik nama?

a. Akan di jual lagi	b. Mengurangi beban biaya pengurusan	c. Malas mengurus	d. Lainnya _____
----------------------	--------------------------------------	-------------------	------------------
18. Cara Kepemilikan [khusus jawab 16a]

a. Tunai - Baru	b. Tunai – Bekas	c. Kredit - Baru	d. Kredit – Bekas
-----------------	------------------	------------------	-------------------

DATA PRIBADI RESPONDEN

19. Apabila jawaban no 18 ; Kredit [baru/bekas], diperoleh dari:
 a. Perorangan b. Koperasi c. Bank Umum d. Bank Perkreditan Rakyat e. Leasing
- 20 Tahun Kendaraan Roda 2 :
- a. Roda 4 ; sd 1995 Roda 4 th ; 1995-2000 c. Roda 4 th ; 2000-2005 d. Roda 4 > th 2005
- 21 Tahun Kendaraan Roda 4 [atau lebih]
- a. Roda 4 ; sd 1995 Roda 4 th ; 1995-2000 c. Roda 4 th ; 2000-2005 d. Roda 4 > th 2005

DATA PENDUKUNG

22. Kartu Kredit a. Tidak Ada b. Classic/Standart c. Gold/Premium d. Platinum
23. Rekening Bank a. Tidak Ada b. Tabungan c. Rek Giro & Tab d. Deposito
24. NPWP a. Tidak Ada b. Ada, sd 2th c. Ada, sd 5 d. Ada, > 5

KONDISI USAHA HINGGA SAAT INI

25. Alamat usaha : _____ Kec _____ Sleman
26. Status tempat usaha a. Milik Sendiri b. Milik Keluarga c. Kerjasama d. Sewa
27. Lama usaha a. sd 2th b. 3-5 th c. 6-10 th d. >10 th
28. Bentuk Usaha a. Perorangan b. CV c. PT d. Belum Badan Hukum
29. Sektor Ekonomi / Usaha * a. Pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, kehutanan dan sarana pertanian [pupuk dan pendukung pertanian]
 b. Perindustrian [industri kecil dan kerajinan serta sarana pendukung – jasa reparasi dan pengangkutan yang merupakan bagian yg tidak terpisahkan],
 c. Perdagangan, restoran/rumah makan dan hotel / penginapan [usaha2 yg bergerak perdagangan barang, rumah makan dan penginapan]
 d. Jasa [kontraktor, konstruksi, baik u/ disewakan adalah pengangkutan, hiburan, kebudayaan, kesehatan, kursus / pendidikan, bengkel]
 e. Konsumsi ; KPR, KPM dan lainnya sebutkan _____
30. Sub Sektor Usaha * a. Makanan & Minuman
 b. Tekstil dan pakaian jadi
 c. Kulit dan barang dari kulit
 d. Kayu, bambu, rotan, rumput dan sejenisnya, furnitur rumah tangga
 e. Kertas dan barang dari kertas, percetakan dan penerbitan
 f. Barang galian bukan logam [termasuk tanah liat, terakota, perak]
 g. Lainnya, sebutkan _____

KONDISI USAHA HINGGA SAAT INI

31. Apakah Saudara mempunyai catatan keuangan usaha? a. Ya b. Belum
32. Apakah Saudara mempunyai catatan administrasi? a. Ya b. Belum
33. Bagaimana kelangsungan usaha Saudara saat ini, dibanding 2 tahun lalu?
- Masih berjalan normal dan mengalami trend yang bagus [mengalami kenaikan]
 - Masih berjalan, tapi tidak dalam kapasitas penuh
 - Berhenti sementara, sambil menunggu perbaikan
 - Lainnya, sebutkan _____
34. Rata² Pengeluaran Bulanan usaha a. sd Rp 5jt b. sd Rp 15jt c. sd Rp 25jt d. > Rp 25jt
35. Pengeluaran Biaya Listrik tempat usaha a. sd 200rb b. sd 400rb c. sd 600rb d. > 600rb
36. Omset Usaha perbulan a. sd Rp 10jt b. sd Rp 20jt c. sd Rp 30jt d. > Rp 30jt
37. Laba Usaha perbulan a. sd Rp 1,5jt b. sd Rp 3jt c. sd Rp 6jt d. > Rp 6jt
38. Jumlah Tempat Usaha [outlet] a. 1 tempat b. sd 2 tempat c. sd 3 tempat d. >3 tempat
39. Rata-rata Luas tempat usaha a. sd 3m² b. sd 6m² c. sd 9m² d. > 9m²
40. Promosi produk yang saudara gunakan adalah ?
- Iklan di Koran
 - Iklan di Radio
 - Brosur
 - Spanduk
 - Baliho
 - Pameran
 - Sponsorship
 - Lainnya _____
41. Siapakah pembeli produk Saudara ?
- Pengguna akhir
 - Pengepul
 - Pedagang
 - Perantara
42. Wilayah pemasaran produk Saudara :
- Lokal
 - Regional
 - Nasional
 - Luar Negeri

PENGEMBANGAN USAHA

43. Modal Usaha yang saudara rencanakan untuk pengembangan usaha a. Rp 10jt b. sd Rp 30jt c. sd Rp 50jt d. > Rp 50jt
44. Dari mana modal usaha saudara diperoleh?
- Modal sendiri
 - Kerjasama dengan keluarga/famili
 - Kerja sama dengan teman/orang lain
 - Pinjaman – kredit
45. Apabila jawaban no 44 selain [d] lanjutkan ke DATA KREDIT, pinjaman diperoleh dari:
- Bank Perkreditan Rakyat
 - Bank Umum
 - Koperasi
 - Perorangan – Rentenir

KREDIT

57. BPR Danagung menawarkan beberapa pilihan kredit mudah dan cepat, apakah saudara berkenan memanfatkannya, yaitu:
- Kredit satu jam cair dengan jumlah maksimum 10 juta rupiah
 - Kredit sehari cair dengan jumlah maksimum 50 juta rupiah
 - Dipikir-pikir dulu
58. Menurut saudara cara pembayaran yang saudara inginkan:
- Membayar pokok plus bunga – per bulan
 - Membayar bunga – per bulan dan pokok saat jatuh tempo
 - Membayar angsuran secara musiman
59. Menurut saudara, Berapa suku bunga kredit yang saudara inginkan?
:%/bulan [mohon diisi]
60. Menurut saudara, Berapa jangka waktu kredit yang saudara inginkan?
- a. 3 bulan ; b. 6 bulan ; c. 12 bulan ; d. 18 bulan ; e. 24 bulan ; f. 36 bulan ; g. 48 bulan
61. Menurut saudara, faktor apa yang menjadi prioritas saudara saat mengajukan kredit?
- Kecepatan keputusan kredit ;
 - Hadiah/fasilitas yg ditawarkan ;
 - Suku bunga;
 - Kedekatan dengan petugas bank
 - Jarak dengan Bank terdekat ;
62. Menurut saudara, berapa lama proses kredit yang saudara inginkan untuk mengurus **kredit**?
- a. 1jam ; b. sd 1 hari ; c. sd 2 hari ; d. sd 3 hari ; e. > 3 hari
63. Apakah saudara bersedia pindah dari Bank sebelumnya ke BPR yang proses administrasinya lebih cepat
- bersedia
 - Pikir-Pikir
 - Belum
64. Menurut saudara, Hadiah/fasilitas yg ditawarkan oleh bank bagi debitur yang tepat waktu saat mengajukan kredit dan tidak pernah pernah menunggak ?
- Kecepatan putusan untuk pengajuan kembali kredit
 - Keringanan Biaya Administrasi
 - Souvenir
65. Menurut saudara, apabila akan mengajukan kredit maka agunan apa yang akan saudara ajukan?
- Kendaraan roda 2
 - Kendaraan roda 4 [atau lebih]
 - Tanah
 - Tanah dan Bangunan
66. Apakah Saudara masih mempunyai tanggungan kredit kepada Bank umum/ Bank Perkreditan Rakyat/ Lembaga Keuangan lain non bank / perorangan ?
- Ya
 - Tidak
67. Jika jawaban no 65 : Ya, berapa jumlah kewajiban Saudara per bulan? Rp _____

Tabel 5.5. Matriks SWOT Pertumbuhan Kredit PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta

<p>INTERNAL</p> <p style="text-align: right;">EKSTERNAL</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemungkinan pailit sangat kecil 2. Sistem bunga simpanan telah diperhitungkan secara harian. 3. Memiliki gedung yang representatif, berlantai tiga dan di tempat strategis. 4. Memiliki kas dan pos unit pelayanan yang dapat dijangkau masyarakat Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota. 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi informasi yang ada belum memadai sebagai kekuatan bersaing. 2. Aktivitas pemasaran yang belum optimal. 3. Pendayagunaan dan pengembangan serta pemanfaatan teknologi yang dimiliki belum optimal. 4. Pengembangan sumber daya manusia yang tersedia belum mengarah pada keunggulan komparatif dibandingkan bank pesaing.
<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya kesadaran masyarakat menengah ke bawah dalam memanfaatkan layanan jasa perbankan. 2. Perkembangan teknologi perbankan akan memicu terciptanya produk dan diversifikasi produk baru. 3. Pertumbuhan perekonomian masyarakat terus membaik. 4. Rencana pemerintah untuk mengembangkan perekonomian wilayah kabupaten Sleman khususnya untuk usaha kecil dan mikro. 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menumbuhkan kredit UMKM terkait bidang pertanian. 2. Mengembangkan kredit sewa lokasi UMKM di pasar tradisional. 3. Memperkecil resiko kredit permodalan pelaku UMKM di pasar tradisional. 4. Mempermudah akses pengajuan kredit pelaku UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan bunga kredit UMKM sesuai bidang pelaku usaha 2. Menggalakkan produk kredit UMKM khusus holtikultura di Ngaglik dan Sleman Kota. 3. Modernisasi aktivitas pemasaran UMKM secara kontinu. 4. Mengembangkan kerjasama pelaku antar bidang UMKM guna menumbuhkan produk-produk kredit.
<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan bank-bank pesaing dan lembaga keuangan non bank dalam melakukan pemasaran kredit semakin tajam. 2. Prosedur pinjaman lembaga keuangan non bank cepat dan mudah. 3. Produk dan jasa bank pesaing lebih variatif dan menarik. 4. Tuntutan akan teknologi canggih mengakibatkan naiknya nilai investasi dan biaya operasional. 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempermudah akses kredit produktifitas UMKM. 2. Mengembangkan program kredit usaha rakyat (KUR). 3. Penyuluhan kepada nasabah UMKM terhadap pemanfaatan pekarangan rumah. 4. Pemanfaatan teknologi yang canggih akses kredit bagi pelaku UMKM di Kecamatan Ngaglik dan Sleman Kota. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dorongan kewirausahaan bagi pelaku UMKM di pasar tradisional guna memasarkan berbagai produk kredit. 2. Inovasi UMKM kayu, bambu dan anyaman pada pelaku usaha di pasar tradisional. 3. Keterlibatan dalam variasi desain produk UMKM. 4. Kerjasama penawaran kredit pemasok bahan baku dengan pelaku usaha UMKM

Tabel 5.5. Matriks SWOT Pertumbuhan Kredit PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta



Tabel 5.5. Matriks SWOT Pertumbuhan Kredit PT BPR Danagung Bakti Yogyakarta



Tim Penelitian Survei Potensi Industri Kecil Kecamatan Ngaglik di Kabupaten

Kerjasama ; PT BPR Danagung Bakti, BDSP UII & Program Pascasarjana FTI UII

Surveyor

No	[1] Nama Responden	[2] Usia				[3] Alamat Rumah
		a	b	c	d	
1	Siyo			1	Rujakan Sinduharjo, Ngaglik	
2	Painah			1	Manisrenggo, Klaten	
3	Marno			1	Jl. Ngentak, Sinduharjo, Sleman	
4	Minto			1	Jl. Jakal Km. 6,5 YK	
5	Erna	1			Jl. Kaliurang Km. 7 Yogyakarta	
6	Sunar			1	Jl. Sengkan No. 16 YK	
7	Pawiro			1	Ngabean, Sardonoarjo, Ngaglik Sle	
8	Ari	1			Gentan, Sariharjo, Ngaglik	
9	Tingan			1	Gondangan, Sardonoarjo, Ngaglik	
10	Murtini			1	Candi, Sardonoarjo, Ngaglik	
11	Samidi				Ngebo, Sukoharjo, Ngaglik	
12	Windy				Maguwoharjo, Depok, Sleman	
13	Mukti	1			Gondangan, Sardonoarjo, Ngaglik	
14	Wati			1	Nglaban, Ngaglik Sleman	
15	Juminah			1	Sambisari, Condong Catur, Sleman	
16	Siti	1			Minomartani, Ngaglik, Sleman YK	
17	Harjono			1	Candi Gebang, Condong Catur	
18	Nia	1			Jl. Kaliurang Km. 7 Yogyakarta	
19	Murti				Labanan, Sardonoarjo, Ngaglik	
20	Murwani			1	Jl. Kaliurang Km. 9,2 Yogyakarta	
21	Tris			1	Ngebel Gede, Sardonoarjo Ngaglik	
22	Tum				Jl. Kaliurang Km. 10 Yogyakarta	
23	Thamrin				Jl. Kaliurang Km. 7 Yogyakarta	
24	Asih	1			Palagading, Sinduharjo, Ngaglik, Sle	
25	Harto	1			Jl. Kaliurang Km. 10,5 Yogyakarta	
26	Haris Widodo	1			Griya Merapi Asri Blok B. 11	
27	Heri Nanang	1			Jl. Kaliurang Pasar Gentan	
28	Rus	1			Ngrono, Sardonoarjo, Ngaglik, Sten	
29	Minsri	1			Jl. Kaliurang Pasar Gentan (Dadan)	
30	Joko	1			Jl. Kaliurang Pasar Gentan	
31	Umi Sandah	1			Jl. Kaliurang Plosokuning 3 Minoma	
32	Istiqomah	1			Plosokuning II, Minomartani	
33	Suhartati			1	Karang Pedak, Sinduharjo, Ngaglik	
34	Sukarmi	1			Karangmojo, Wedomartani	
35	Ari			1	Jl. Palagan T. Pelajar Km. 7/205	
36	Jeni	1			Jl. Palagan Km. 8,5	
37	Utari	1			Ngebel Cilik, Sardonoarjo Ngaglik	
38	Sunarjo			1	Ngaglik RT 5 RW. 21, Margoagung,	
39	Ismartini				Mrisen, Catur Harjo, Sleman	
40	Siti	1			Cokrogaten, Minomartani, Sleman Y	

ten Sleman 2010

[4] Telepon		[5] Jml Ang Kel	6				7				8				9			
Rumah	HP		a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
		3	1						1				1					1
		3	1						1				1				1	
		3	1										1					1
0274-881281/889194		6	1						1				1					1
0274-7139811		3	1						1				1					1
0274-880641		5	1						1				1					1
man		4	1						1				1					1
0274-6692087		2	1					1					1					1
0274-884456		5		1					1				1				1	
0274-884453		3	1						1				1					1
		4	1						1				1					1
0274-9293084		5			1				1		1					1		
0274-884454		4	1						1				1					1
0274-3045258		5	1						1		1				1			
0274-6868809			1						1					1				1
	082137565751	3	1						1				1					1
			1						1		1				1			
			1						1				1					1
			1						1		1				1			
0274-889638			1						1		1				1			
			1						1				1					1
	081802666596			1					1				1					1
man	085747353701		1						1				1					1
		3	1						1				1					1
0274-6805176		2	1						1				1					1
0274-6829047	085868461950	5	1						1				1					1
nan YK		3	1						1				1					1
		4	1						1				1					1
0274-7011052		4	1						1				1					1
0274-9627496		5	1						1				1					1
		4	1						1				1					1
		5	1						1				1					1
		2	1						1				1					1
0274-6922593		2		1			1				1				1			
	081328493176	5	1				1				1		1			1		
		5	1						1				1					1
Sayegan																		
0274-6546617		4	1						1				1					1



19					20				21				22				23				24					
d	a	b	c	d	e	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1				1	1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1				1	1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		
					1				1					1					1					1		

46				47				48				49			50				51						
d	a	b		a	b	c	d	e	a	b	c	alasan nya [tuliskan]			a	b	c	a	b	c	d	a	b	c	d
	1							1				BRI (Percaya)	1			1					1				
	1											Dekat, dijemput, tanpa survei	1			1					1				
	1											Kemudahan dan dijemput, tanpa aguna	1			1					1				
	1							1				Bunganya rendah	1			1					1				
	1										1	Bank Koperasi	1			1					1				
	1							1				BPD DIY	1			1					1				
	1										1	Tanpa agunan	1			1					1				
	1										1	Tanpa agunan	1			1					1				
	1							1				Bunga kecil	1			1					1				
	1							1				Dekat dengan lokasi usaha	1			1					1				
	1							1				Dekat dengan lokasi usaha	1			1					1				
	1							1				Mudah prosesnya, dekat	1			1					1				
	1							1				Berani kasih banyak	1			1					1				
	1										1	Tanpa agunan	1			1					1				
	1										1	Tanpa agunan	1			1					1				
	1										1	Tanpa agunan	1			1					1				
	1							1				Bunga rendah	1			1					1				
	1							1				Didatangi oleh petugas/Marketing	1			1					1				
	1							1				Percaya, proses cepat	1			1					1				
	1										1	Tanpa jaminan	1			1					1				
	1							1				Proses mudah, didatangi marketing	1			1					1				
	1							1				Dekat	1			1					1				
	1							1				Didatangi oleh petugas/Marketing	1			1					1				
	1							1				Proses cepat	1			1					1				
	1									1		Didatangi marketing secara langsung	1			1					1				
	1							1				Bunga rendah	1			1					1				
	1									1		Dekat dengan lokasi usaha	1				1				1				
	1									1		Dekat	1				1				1				
	1											Dekat	1				1				1				
	1											Dekat	1				1				1				
	1									1		Kepercayaan	1				1				1				
	1									1		Kepercayaan, Proses cepat	1				1				1				
		1					1																		
		1				1															1			1	
		1					1														1			1	
	1							1				Syarat mudah, bunga rendah	1							1			1		
	1									1		Sudah lama	1							1			1		
										1															
	1									1		Didatangi ke lokasi usaha	1							1			1		



Tim Penelitian Survei Potensi Industri Kecil Di Kabupaten Sleman 2010

Kerjasama ; PT BPR Danagung Bakti, BDSP UII & Program Pascasarjana FTI UII

Surveyor 0

No	[1] Nama Responden	53		54 [tuliskan]	
		a	b	a	b
1	Siyo	1			
2	Painah	1			
3	Marno	1			
4	Minto	1			
5	Erna	1			
6	Sunar	1			
7	Pawiro	1			
8	Ari	1			
9	Tinganan	1			
10	Murtini	1			
11	Samidi	1			
12	Windy	1			
13	Mukti	1			
14	Wati	1			
15	Juminah	1			
16	Siti	1			
17	Harjono	1			
18	Nia	1			
19	Murti	1			
20	Murwani	1			
21	Tris	1			
22	Tum	1			
23	Thamrin	1			
24	Asih	1			
25	Harto	1			
26	Haris Widodo	1			
27	Heri Nanang	1			
28	Rus	1			
29	Minsri	1			
30	Joko	1	1 BPR Sleman		
31	Umi Sandah	1			
32	Istiqomah	1			
33	Suhartati	1			
34	Sukarmi	1			
35	Ari	1			
36	Jeni	1	1 BPR Panca Artha Monjali		
37	Utari	1			
38	Sunarjo				
39	Ismartini				
40	Siti	1			

	55			56			57			58			59	60				61						
d	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	Tuliskan	a	b	c	d	e	f	g	a	b	c	d
		1			1				1	1			1%			1						1		
		1			1				1	1			1%			1						1		
		1			1				1	1			1,5%				1					1		
		1			1				1	1			1,2%				1					1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
		1			1				1	1			1,25%					1				1		
			1			1				1	1		1%				1					1		
			1			1				1	1		1%				1					1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
			1			1				1	1		1%			1						1		
			1			1				1	1		1,2%			1						1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
		1			1				1	1			1%				1					1		
			1			1				1	1		1%				1					1		
			1			1				1	1		1%				1					1		
			1			1				1	1		1%				1					1		
			1			1				1	1		1%				1					1		
			1			1				1	1		1%				1					1		
			1			1				1	1		1%				1					1		
			1			1				1	1		1%				1					1		
			1			1				1	1		0,8%			1						1		
			1			1				1	1		1%			1						1		
			1			1				1	1		0,9%				1					1		
	1			1			1				1		0,9%				1							
		1			1				1		1		1%			1								
		1			1				1		1		0,9%			1						1		
		1			1				1		1		0,5%			1						1		
			1			1				1	1		0,5%			1						1		
			1			1				1	1		0,5%			1						1		
			1			1				1	1		0,5%			1						1		
			1			1				1	1		0,5%			1							1	
			1			1				1	1		0,5%			1							1	
			1			1				1	1		0,5%			1							1	
			1			1				1	1		0,9%			1						1		
			1			1				1	1													
			1			1				1	1													
			1			1				1	1		0,5%			1						1		

68 [tuliskan]			69			
a	b	c	a	b	c	a
BRI, 5 Juta, BPKB	BMT,			1		1
BMT, 4 Juta			1			1
BMT Tamzis, 12 Juta			1			
Mandiri, 30 Juta, BPKB			1			
BMT Tamzis, 7,5 Juta			1			
BPD DIY, 2 Juta, BPKB			1			
BMT, 12 Juta			1			
			1			
Mandiri, 50 Juta, Sertifikat			1			
			1			
			1			
			1			
BRI, 50 Juta, Sertifikat	BMT, 10 Juta, BPKB			1		
BMT Tamzis, 5 Juta			1			
BMT, 4 Juta			1			
BMT, 2,5 Juta			1			1
BRI, 50 Juta, Sertifikat			1			
			1			
BNI, 6 Juta	Muamalat			1		
BMT Tamzis, 2 Juta			1			
			1			1
			1			
			1			1
BMT Tamzis, 10 Juta			1			1
			1			
BMT Muamalat, 10 Juta			1			
Bank Pasar, 4 Juta			1			
BMT M. Usaha, 2 Juta			1			
BMT Mitra Usaha, 2 Juta			1			
Danagung, 3 Juta, BPKB			1			
Danagung, 5 Juta			1			
			1			
			1			1
			1			
					1	
BRI, 5 Juta, BPKB			1			1
			1			1

70			71				72						73					
b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	e	f	g Lainnya [tuliskan]	a	b	c	d	a
					1				1					1				BRI
					1					1				1				BRI
	1				1									1				BPD DIY
	1				1		1											Mandiri
	1				1					1				1				BRI
	1				1					1				1				BPD DIY
	1				1					1				1				BPD DIY
	1				1					1				1				BPD DIY
	1				1		1							1				Bank Mandiri
	1				1		1							1				BPD DIY
	1				1								1	1				BRI
	1				1								1	1				BPD DIY
	1				1								1	1				BRI
	1				1					1				1				Danamon
	1				1					1				1				BMT/BRI
					1					1				1				BRI
	1				1								Petugas	1				BRI
	1		1							1				1				BPD DIY
	1				1					1				1				Muamalat
	1				1								Marketing	1				
	1				1					1				1				BRI
	1				1							1		1				BPD DIY
					1								Marketing	1				BRI
	1				1					1				1				BPD DIY
					1								Didatangi	1				
	1				1					1				1				Danamon, Me
		1				1								1				BRI, BPD DIY
		1				1								1				BRI, BPD DIY
		1				1								1				BRI
		1				1								1				BRI, BPD DIY
		1				1								1				BRI
		1				1								1				BPD DIY
	1					1								1				BRI
					1									1				BRI
	1				1									1				BRI
	1					1	1							1				BRI
					1									1				BRI
																		BPD DIY
					1									1				BRI, Tamzis

74	75	
Alasannya [tuliskan]	a	Alasannya [tuliskan]
Percaya	Danagung	Mudah prosesnya
Percaya	Danagung	Bunga rendah
Kepercayaan, Jaminan pemerintah	Danagung	Mudah prosesnya
Bunganya rendah	Danagung	Prosesnya cepat
Bunga kecil	Danagung	Mudah prosesnya
Dekat dengan lokasi usaha	Danagung	Banyak kemudahan
Dekat dengan lokasi usaha	Danagung	Prosesnya cepat
Dekat dengan lokasi usaha		
Bunga kecil, mudah prosesnya	Danagung	Banyak kemudahan
Dekat dengan lokasi usaha	Danagung	Banyak kemudahan
	Danagung	
Dekat dengan lokasi usaha	Danagung	Pikir-pikir
Berani mencairkan banyak	Danagung	Pikir-pikir
Dekat, bunga bersaing	Danagung	Banyak kemudahan
Tanpa agunan		
Biaya rendah		
Bunga ringan		
Dekat, didatangi petugas		
Syariah		
	Tamzis	Dekat, didatangi oleh Marketing Bank
Kepercayaan		
Dekat dengan tempat usaha		
Kepercayaan		
	Tamzis	Didatangi marketing, ikut teman-temannya
aga	Danagung	Lebih dikenal
Dekat	BPR Danagu	Dekat
Mudah, dekat	BPR Bank Sle	Dekat, proses cepat
Percaya	BPR Danagu	Dekat lokasinya
Dekat	BPR Sleman,	Dekat
Percaya	Danagung	Kepercayaan
Dekat	Danagung	Kepercayaan
Kemudahan	Danagung	Mengenal
Mudah	BPR Sleman	Dekat
Percaya		
Biaya ringan	Danagung	Dekat, mudah
Kepercayaan	Danagung	1 jam cair
	Danagung	

Tim Penelitian Survei Potensi Industri Kecil Kecamatan Sleman Kota Di Ka

Kerjasama ; PT BPR Danagung Bakti, BDSP UII & Program Pascasarjana FTI UII

Surveyor

No	[1] Nama Responden	[2] Usia				[3] Alamat Rumah
		a	b	c	d	
1	Kusumardiyati	1			Jomblang, Sendang Adi, Mlati, Sleman	
2	Rusmiati		1		Rejosari, Tridadi, Sleman, DIY	
3	Samiah	1			Kebon Agung, Tridadi, Sleman	
4	Iswati				Jaten, Sendang Adi, Mlati, Sleman	
5	Sugiyanto	1			Sanggrahan, Nogoadi, Mlati, Sleman	
6	Sum		1		Candi, Tritoadi, Mlati, Sleman	
7	Sukarno		1		Tridadi, Sleman	
8	Endah				Cebongan, Sleman	
9	Silvi		1		Sleman III, Tridadi, Sleman, YK	
10	Eri Ruswanti		1		Godean, Sleman	
11	Martini	1			Godean, Sleman, Yogyakarta	
12	Rina				Triharjo, Sleman	
13	Catur				Padon, Sendang Rejo, Minggir, Sleman	
14	Triono		1		Sayegan, Sleman	
15	Astuti				Sleman III, Tridadi, Sleman, YK	
16	Ngatinah			1	Dukuh, Banyuraden, Gamping	
17	Nunik	1			Sayegan, Sleman	
18	Tri	1			Sucen, Tridadi, Sleman	
19	Mujiem		1		Jumeneng, Sumber Adi, Mlati, Sleman	
20	Muntiah				Jumeneng, Sumber Adi, Mlati, Sleman	
21	Rikana	1			Jumeneng, Sumber Adi, Mlati, Sleman	
22	Maryanti S.	1			Panasan, Triharjo, Sleman	
23	Mardi		1		Prambanan, Sleman	
24	Tugiwarsah		1		Jetis, Dengung Sleman	
25	Yatinah		1		Ngrapak Lor, Tirtoadi Mlati	
26	Sugirah				Warak, Sumber Adi, Mlati Sleman	
27	Sabirah				Tridadi, Sleman	
28	Wiwik				Jl. Palagan No. 024	
29	Dillah		1		Murangan VIII, Triharjo, Sleman	
30	M. Soim			1	Jl. Bhayangkara No. 30 Murangan	
31	Hj. Indro Subroto			1	Murangan VII, Triharjo, Sleman	
32	Bambang Supriyadi		1		Murangan VII, Triharjo, Sleman	
33	Yeni		1		Murangan VII, Triharjo, Sleman	
34	Nugroho	1			Murangan VIII, Triharjo, Sleman	
35	Hera	1			Murangan VIII, Triharjo, Sleman	
36	Sri Ninariyati		1		Jl. Palagan Rejodani, Sleman	
37	Nita				Kios Pasar Sleman	
38	Mulyani		1		Ngemplak, Tridadi Sleman	
39	Kariyo			1	Rektorangan, Tridadi Sleman	
40	Dukan				Jl.Pasar Sleman No. 37	
41	Sri Naluri				Jl. Sersan Rusdiyo No. 36 Sleman	
42	Yusuf				Jl. Magelang Km. 12, Sleman	
43	Indra	1			Jl. Magelang Km. 12, Sleman	
44	Ryantoro		1		Jl. Magelang Km. 12, Sleman	
45	Nugroho		1		Jl. Magelang Km. 12, Tridadi Sleman	
46	Hardi				Jl. Magelang Km. 12	
47	Hengki				Jl. Magelang Km. 12	
48	Marinem	1			Karang Gendeng, Kraginan Srumbur	
49	Suharjo		1		Nrisen, Caturharjo, Sleman	

50	Atun				Pisangan, Murten Sleman
51	Rianiyoto				Tridadi, Sleman
52	Tri Hastuti		1		Muntilan
53	Sri				Ngaglik, Caturharjo Sleman
54	Tris		1		Plambun Kidul, Tridadi Sleman
55	lin				Sinduadi, Mlati
56	Tunim				Wadas, Tridadi Sleman YK
57	Tutik				Sleman III, Triharjo, Sleman
58	Aris		1		Tridadi, Sleman Yogyakarta
59	Hasyim		1		Ngebel Gede, Jl. Kapten Hariyadi
60	Asri		1		Pedak, Ngaglik (Sariharjo)



bupaten Sleman 2010

[4] Telepon		[5] Jml Ang Kel	6				7				8				9			
Rumah	HP		a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
an		5	1						1				1					1
	087839343963	6	1						1				1					1
		5	1						1				1					1
		5	1						1				1					1
		5	1						1				1					1
		3	1						1				1					1
		6	1						1				1					1
	02746845950	3	1					1					1					1
		4	1						1			1						1
		5	1						1			1						1
	083867196095	5	1						1				1					1
		3	1						1				1					1
an, YK	081328621975	3		1					1				1					1
	087839757048	4	1						1				1					1
		3	1						1			1						1
		4	1						1			1						1
		3	1						1			1						1
	081347756448	5	1						1				1					1
an		3	1						1			1		1				
an		5	1						1				1					1
an			1						1				1					1
		3	1						1			1						1
	0274-864323	5	1						1				1					1
	0271-8210118	3	1						1				1					1
	087861104948	5	1						1	1								1
		4	1						1				1					1
		5	1						1				1					1
	08282796181	5	1						1				1					1
	0274-9585677	3	1					1					1					1
	0274-869213	4		1					1				1					1
	0274-4361609	3	1						1				1					1
		3	1						1				1					1
	085228447558	5	1						1				1					1
	0274-864286	3	1					1					1					1
	0274-6693039	2	1					1			1				1			
	0274-868694	3	1					1					1					1
		3	1						1				1					1
		5	1						1				1					1
		5	1						1				1					1
	0274-868560	2	1						1				1					1
	081328088763	5		1					1				1					1
		4	1						1				1					1
		5		1					1				1					1
	0274-865288	5	1						1				1					1
	0274-7806880	4	1						1				1					1
		3	1						1				1					1
		4	1						1				1					1
ng		5	1						1				1					1
			1						1				1					1

		5	1						1			1			1
			1						1			1			1
		5	1						1			1			1
		3	1						1	1					1
		2	1					1			1				1
		4	1						1	1				1	
		3	1						1	1			1		
	085927471613	3	1						1			1			1
		4	1						1			1			1
0274-887472		5	1						1			1			1
					1				1			1			1



			1				1					1				1				1			
			1			1						1				1				1			
			1				1					1				1				1			
			1				1					1				1				1			
			1				1					1				1				1			
			1				1					1				1				1			
			1				1					1				1				1			
			1				1					1				1				1			
			1				1			1	1				1				1				
		1					1		1	1					1				1				



[25] Alamat Usaha	26				27				28				29					30			
	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	e	a	b	c	d
Pasar Deggung, Sleman	1				1				1					1			1				
Pasar Deggung, Sleman	1					1			1					1			1				
Pasar Deggung, Sleman	1				1				1					1			1				
Pasar Deggung, Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1				1				1					1							
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Jl. Palagan, Sleman Kota	1				1				1					1							
Murangan VIII Triharjo, Sleman	1						1	1						1				1			
Jl. Bhayangkara No. 30 Sleman	1						1	1						1			1				
Murangan VII Triharjo, Sleman	1						1	1						1			1				
Murangan VII Triharjo, Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Murangan, Sleman	1						1	1						1			1				
Murangan VIII Triharjo, Sleman				1	1			1								1	1				
Murangan VIII Triharjo, Sleman				1	1			1						1							
Jl. Palagan Rejodani, Sleman	1				1			1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1					1		1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1						1	1						1			1				
Jl. Pasar Slema No. 37, Sleman	1						1	1						1			1				
Jl. Sersan Rusdiyo, Sleman	1				1			1						1			1				
Jl. Magelang Km. 12, Sleman	1					1		1							1			1			
Jl. Magelang Km. 12, Sleman	1					1		1						1							
Jl. Magelang Km. 12, Sleman	1				1			1						1							
Jl. Magelang Km. 12, Sleman	1					1		1							1						
Jl. Magelang Km. 12, Sleman	1					1		1							1			1			
Jl. Magelang Km. 12, Sleman	1					1		1							1			1			
Kios Pasar Sleman	1					1		1						1			1				
Kios Pasar Sleman	1					1		1						1			1				

Kios Pasar Sleman	1							1	1							1			1			
Kios Pasar Sleman	1							1	1							1			1			
Kios Pasar Sleman	1							1	1							1			1			
Kios Pasar Sleman	1							1	1							1			1			
Kios Pasar Sleman	1							1	1							1			1			
Kios Pasar Sleman	1						1		1							1			1			
Kios Pasar Sleman	1							1	1							1			1			
Kios Pasar Sleman	1							1	1							1			1			
Kios Pasar Sleman	1							1	1							1			1			
Jl. Kaliurang Gentan, Ngaglik	1							1	1							1			1			
Jl. Kaliurang Km. 10,5, Ngaglik	1							1	1							1			1			





40								41				42				43				44				45		
a	b	c	d	e	f	g	h. lainnya, [tuliskan]	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c
		1						1				1				1							1	1		
			1					1				1				1							1			
				1				1				1				1							1		1	
					1			1				1				1							1		1	
						1		1				1				1							1		1	
							1	1				1				1							1		1	
		1						1				1				1							1		1	
			1					1				1				1							1		1	
				1				1				1				1							1		1	
					1			1				1				1							1		1	
						1		1				1				1							1		1	
							1	1				1				1							1		1	
		1						1				1				1							1		1	
			1					1				1				1							1		1	
				1				1				1				1							1		1	
					1			1				1				1							1		1	
						1		1				1				1							1		1	
							1	1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1		1	
								1				1				1							1			

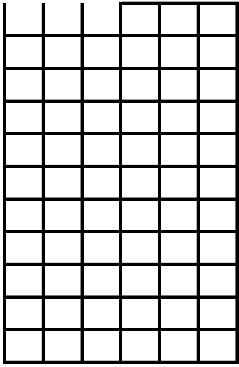
			1					1											1	1		
			1					1											1		1	
			1					1											1	1		
			1					1											1		1	
			1					1											1	1		
		1						1											1	1		
			1					1											1	1		
			1					1											1		1	
			1					1											1	1		
		1						1											1		1	
			1					1											1		1	

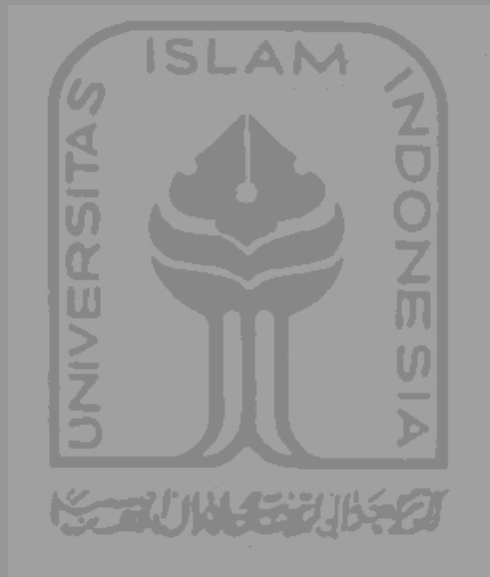


46			47				48					49			50				51							
d	a	b	a	b	c	d	e	a	b	c	alasan nya [tuliskan]					a	b	c	a	b	c	d	a	b	c	d
	1									1	Didatangi Petugas, tanpa agunan	1			1	1					1					
1	1						1				Sudah percaya dari dulu	1			1	1					1					
	1						1				Percaya	1			1						1					
	1						1				Sudah percaya, biaya ringan	1			1						1					
	1						1				Mudah prosesnya	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1						1				Didatangi Petugas, dan mudah prosesnya	1			1						1					
	1						1				Mudah prosesnya, sudah dipercaya	1			1						1					
	1						1				Sudah dipercaya, prosesnya cepat	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1						1				Sudah percaya, bunga rendah	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan, dan dapat dicicil perhari	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1									1	Tanpa jaminan, proses mudah	1			1						1					
	1									1	Tanpa jaminan	1			1						1					
	1						1				Sudah percaya	1			1						1					
	1						1				Bunga rendah	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan, cicilan perhari	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1									1	Tanpa jaminan	1			1						1					
	1						1				Proses mudah & cepat	1			1						1					
	1									1	Dapat diangsur perhari	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan, dapat diangsur perhari	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan, proses cepat, dapat diangsur	1			1						1					
	1						1				Kepercayaan	1			1						1					
	1							1			Mudah	1			1						1					
	1							1			Mudah, percaya	1			1						1					
	1						1				Dekat	1			1						1					
	1						1				Dekat	1			1						1					
	1						1				Percaya, mudah	1			1						1					
	1						1				Mudah	1			1						1					
	1						1				Dekat	1			1						1					
	1						1				Brand Image & proses cepat	1			1						1					
	1						1				Percaya, Biaya rendah	1			1						1					
	1						1				Sudah percaya	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan, dapat dicicil per hari	1			1						1					
	1						1				Dekat dengan rumah, proses cepat	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1						1				Dekat, cepat	1			1						1					
	1						1				Sudah percaya	1			1						1					
	1						1				Dekat	1			1						1					
	1						1				Sudah percaya	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1									1	Tanpa agunan	1			1						1					
	1						1				Prosesnya mudah	1			1						1					

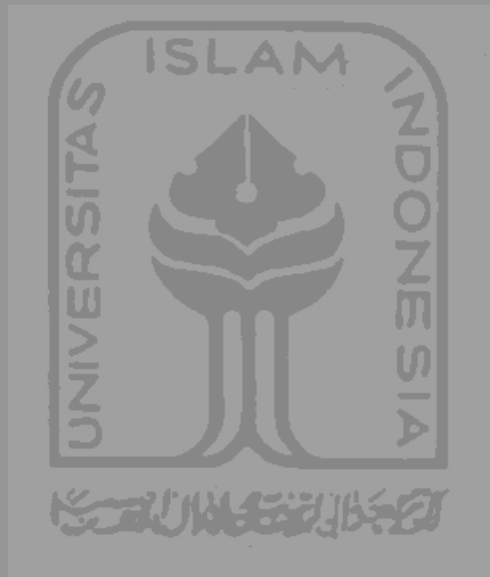
1								1	Tanpa agunan, didatangi petugas	1			1				1		
1								1	Tanpa agunan, dapat dicicil per hari	1			1				1		
1								1	Tanpa agunan	1			1				1		
1								1	Tanpa agunan	1			1				1		
1								1	Tanpa agunan	1			1				1		
1								1	Tanpa agunan	1			1				1		
1								1	Dapat dicicil perhari	1			1				1		
1						1			Proses mudah, cepat	1			1				1		
1								1	Diangsur perhari	1			1				1		
1								1	Dekat		1			1			1		
1								1	Tanpa agunan	1				1			1		



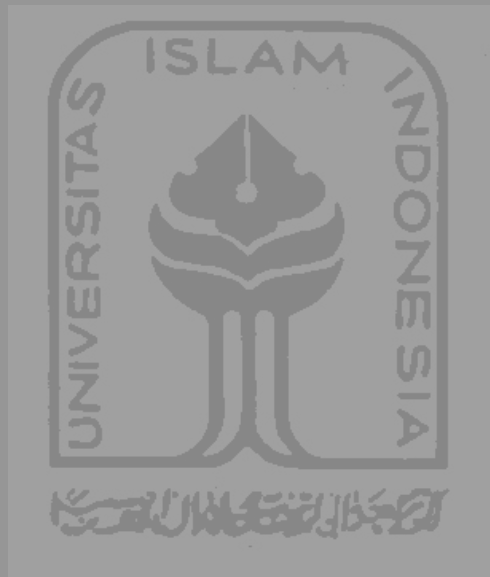




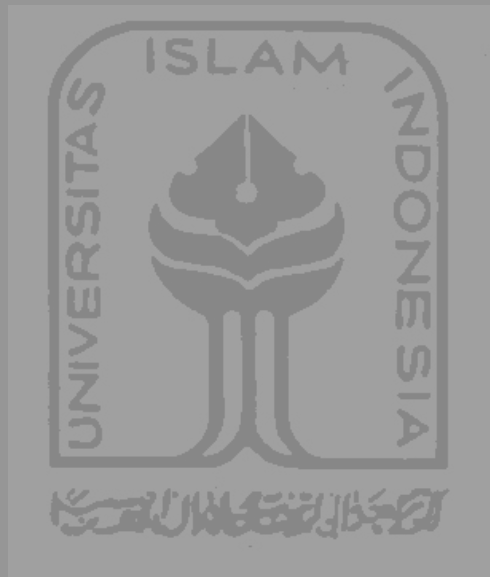




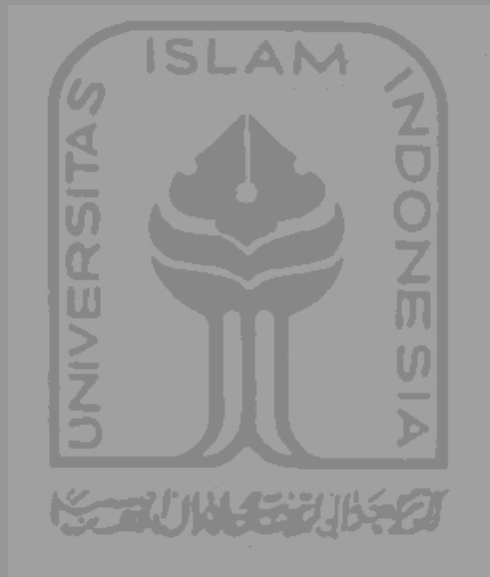




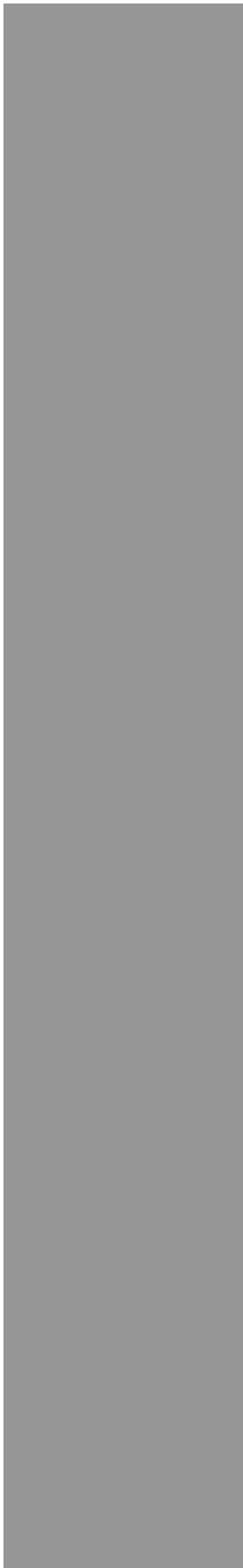














Tim Penelitian Survei Potensi Industri Kecil Kecamatan Sleman Kota Di Ka

Kerjasama ; PT BPR Danagung Bakti, BDSP UII & Program Pascasarjana FTI UII

Surveyor 0

No	[1] Nama Responden	53		54 [tuliskan]	
		a	b	a	b
1	Kusumardiyati		1	BPR Panca Artha M	BPR Purba Danartha
2	Rusmiati		1		
3	Samiah	1			
4	Iswati	1			
5	Sugiyanto	1			
6	Sum	1			
7	Sukarno	1			
8	Endah		1		
9	Silvi	1			
10	Eri Ruswanti	1			
11	Martini	1			
12	Rina	1			
13	Catur	1			
14	Triono	1			
15	Astuti	1			
16	Ngatinah		1	BPR Sleman	BPR Formes
17	Nunik	1			
18	Tri	1			
19	Mujiem	1			
20	Muntiah	1			
21	Rikana	1			
22	Maryanti S.		1	BPR Sleman	BPR Formes
23	Mardi	1			
24	Tugiwarsah	1			
25	Yatinah	1			
26	Sugirah	1			
27	Sabirah	1			
28	Wiwik	1			
29	Dillah	1			
30	M. Soim	1			
31	Hj. Indro Subroto		1		
32	Bambang Supriyadi	1			
33	Yeni	1			
34	Nugroho	1			
35	Hera		1	BPR Sleman	
36	Sri Ninariyati	1			
37	Nita	1			
38	Mulyani	1			
39	Kariyo	1			
40	Dukan	1			
41	Sri Naluri	1			
42	Yusuf	1			
43	Indra	1			
44	Ryantoro	1			
45	Nugroho	1			
46	Hardi	1			
47	Hengki	1			
48	Marinem	1			
49	Suharjo	1			
50	Atun	1			
51	Rianiyoto	1			
52	Tri Hastuti	1			
53	Sri	1			

54	Tris	1			
55	lin	1			
56	Tunim		1	Formes	Artha Monjali
57	Tutik	1			
58	Aris	1			
59	Hasyim	1			
60	Asri	1			



ibupaten Sleman 2010

d	55			56			57			58			59	60							61					
	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	Tuliskan	a	b	c	d	e	f	g	a	b	c	d		
a		1			1				1	1	1		1,2%			1						1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1				1%				1					1				
		1			1			1	1	1	1		1%			1						1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
			1			1			1	1			1%									1				
		1			1				1	1	1		1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%			1						1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1				
		1			1				1	1			1%				1					1		</		

		1		1		1	1			1%		1		1		
	1		1			1	1			1,2%		1		1		
	1		1			1	1			1%		1		1		
		1		1		1	1			1%		1		1		
	1		1			1	1			1%		1		1		
	1		1		1		1			0,9%			1	1		
		1		1	1		1			1%		1		1		



62					63			64			65				66		67		
e	a	b	c	d	e	a	b	c	a	b	c	a	b	c	d	a	b	tuliskan	
		1				1		1				1				Rp 1		Rp 300.000	
		1					1	1					1			Rp 1		Rp 2.100.000	
		1					1	1						1		Rp 1		Rp 2.300.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 800.000	
		1					1	1						1			Rp 1		
		1				1		1				1				Rp 1		Rp 200.000	
		1				1		1						1			Rp 1		
		1					1	1						1			Rp 1		
		1					1	1						1			Rp 1		
		1					1	1						1			Rp 1		
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 200.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 600.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 500.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 200.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 400.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 400.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 220.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 300.000	
		1					1	1						1		Rp 1			
		1					1	1						1		Rp 1		Rp 1.200.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 300.000	
		1					1	1				1				Rp 1			
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 400.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 400.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 400.000	
		1					1	1						1		Rp 1			
		1					1	1				1				Rp 1			
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 500.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 200.000	
		1					1	1						1		Rp 1			
	1						1	1						1		Rp 1		Rp 400.000	
	1						1	1				1				Rp 1		Rp 800.000	
		1					1	1						1			Rp 1		
		1					1	1						1			Rp 1		
	1						1	1						1	Rp 1		Rp 400.000		
	1						1	1						1			Rp 1		
		1					1	1						1			Rp 1		
		1					1	1						1			Rp 1		
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 300.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 350.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 300.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 200.000	
		1				1		1				1				Rp 1		Rp 500.000	
		1					1	1						1		Rp 1		Rp 850.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 300.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 300.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 300.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 200.000	
		1					1	1								Rp 1			
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 300.000	
		1					1	1				1				Rp 1			
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 400.000	
		1					1	1				1				Rp 1		Rp 200.000	

	1				1		1			1				Rp 1		Rp 500.000
	1				1		1			1				Rp 1		Rp 200.000
	1				1		1			1				Rp 1		Rp 90.000
	1					1	1			1					Rp 1	
	1				1		1			1				Rp 1		Rp 300.000
	1				1		1					1	Rp 1		Rp 2.000.000	
	1					1	1			1					Rp 1	



68 [tuliskan]			69			
a	b	c	a	b	c	a
BMT Tamzis, Rp 4 Juta			1			
BPD DIY, Rp 50 Juta, BPKB			1			1
BRI, 50 Juta, BPKB			1			1
BRI, 10 Juta, BPKB			1			
			1			
BMT Tamzis, 5 Juta			1			1
			1			
			1			1
			1			
BMT Tamzis, 12 Juta			1			1
BMT Setia Kawan, 15 Juta			1			
BRI, 12 Juta, BPKB			1			
BMT Tamzis, 5 Juta			1			
BMT Tamzis, 5 Juta			1			1
BMT Tamzis, 3 Juta			1			
BMT Tamzis, 4 Juta			1			1
BPD, 60 Juta, Sertifikat			1			
BRI, 25 Juta, Tanah			1			1
BMT Tamzis, 4 Juta			1			1
			1			1
BMT SK, 5 Juta			1			
BMT Tamzis, 5 Juta			1			1
BMT SK, 5 Juta			1			
			1			1
			1			
BMT, 6 Juta			1			
BMT 2,5 Juta			1			
			1			1
Bank Sleman, 10 Juta, Sertifikat			1			1
Bank Sleman, 10 Juta, BPKB Motor/Mbl			1			1
			1			1
			1			1
BRI, 10 Juta, Sertifikat			1			
			1			1
			1			
Mandiri, 100 Juta, 14 Tahun	Kedir			1		
			1			
			1			1
BMT Tamzis, 3 Juta			1			1
BMT Tamzis, 4,5 Juta			1			1
BPD DIY, 8 Juta, BPKB			1			
Tamzis, 2,5 Juta			1			1
BRI, 12 Juta, BPKB			1			
BRI, 20 Juta, Sertifikat			1			
Danamon, 4 Juta, BPKB			1			
BRI, 7,5 Juta, BPKB			1			
BMT Tamzis, 3,5 Juta			1			
BMT Tamzis, 2,5 Juta			1			
			1			
BMT Tamzis, 5,5 Juta			1			
			1			
BMT Tamzis, 5 Juta			1			
BMT Tamzis, 2,5 Juta			1			

BMT Tamzis, 6 Juta			1		
BMT Tamzis, 2,5 Juta			1		1
BMT, 2 Juta			1		1
			1		
BMT Tamzis, 4 Juta			1		
BPD DIY, 50 Juta, Sertifikat			1		
			1		



70				71				72						73				
b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	e	f	g Lainnya [tuliskan]	a	b	c	d	a
	1				1					1				1				BPD DIY
					1					1				1				BPD DIY
					1					1				1				BRI
	1				1					1				1				BRI
	1				1						1			1				BRI
					1					1				1				BRI
	1				1					1				1				BPD DIY
					1						1			1				BPD DIY
	1				1						1			1				BRI
					1					1				1				BRI
	1				1					1				1				BRI
	1				1						1			1				BRI
	1				1							1		1	1			BRI
					1					1				1				BRI
	1				1					1				1				BRI
					1						1			1				BPD DIY
	1				1						1			1				BRI, BPD DIY
					1						1			1				BRI
					1					1				1				Danamon
					1		1							1				BRI
	1				1					1				1				BPD DIY
					1					1				1				Mega Syariah
	1				1					1				1				BRI
					1					1				1				BRI
	1				1								Sesama pedagang	1				BRI
	1				1					1				1				BRI
	1				1					1				1				BPD DIY
					1						1			1				BRI
					1						1			1				BRI
					1						1			1				BRI
					1						1			1				BRI
					1						1			1				BRI
					1						1			1				BRI
	1				1							1		1				BPD DIY
					1					1				1				Danamon
	1				1					1				1				BRI
	1				1					1				1				BRI
	1				1					1				1				Danamon
	1				1						1			1				BRI
	1				1							1		1				BRI
	1				1								Marketing	1				Mega Syariah
	1				1					1				1				BRI
	1				1						1			1				BRI
	1				1								Marketing	1				BPD DIY
	1				1					1				1				BRI
	1				1					1				1				BRI
	1				1		1							1				BRI

1			1			1				1			Mega Syariah
			1			1				1			BPD DIY
			1			1				1			Mega Syariah
1			1			1				1			BRI
1			1			1				1			BRI
	1	1								1			BPD DIY
1			1			1				1			BMT, BRI



74		75
Alasannya [tuliskan]	a	Alasannya [tuliskan]
Dekat, sudah percaya	Panca Artha	Dekat dengan lokasi dagang
Sudah percaya dari dulu	BPR Panca A	Dekat
Bunga rendah, cepat	BPR Sleman	Dekat
Bunga rendah.	BPR Sleman	Dekat dan didatangi petugas
Sudah dipercaya, mudah prosesnya	Danagung Ba	Cepat prosesnya
Sudah dipercaya		
Dekat, prosesnya mudah	BPR Danagu	Mudah prosesnya
Dekat, prosesnya mudah	Danagung Ba	Mudah prosesnya
Sudah percaya dari dulu	BPR Danagu	Mudah prosesnya
Sudah dikenal, prosesnya cepat	Danagung	Cepat prosesnya
Bunga rendah, proses cepat	Danagung	Prosesnya cepat
Sudah percaya	Danagung	Cepat prosesnya
Bunga rendah, sudah kenal	Danagung	Banyak kemudahan
Dekat dan mudah	Danagung	Banyak kemudahan
Sudah percaya	Sleman	Dekat
Lebih mudah	Danagung	Cepat prosesnya
Proses mudah		
Sudah percaya	Danagung	Kepercayaan, mudah prosesnya
Dekat	Danagung	Banyak kemudahan
Cepat	Danagung	Banyak kemudahan
Dipercaya	Danagung	Banyak kemudahan
Dekat	Danagung	Cepat prosesnya
Sudah dipercaya	Danagung	Kemudahan
Proses cepat dan mudah	Danagung	1 Jam cair
Percaya	BPR Sleman	Dekat
Lebih dikenal	BPR Danagu	Dikenal
Dekat	Danagung	Prosesnya cepat
Dekat	Danagung, S	Sudah kenal
Dekat	BPR Sleman	Sudah percaya, didatangi ke lokasi usaha
Dekat	BPR Sleman	Masih berjalan
Dekat	Danagung	Promosi 1 jam cair
Mudah, percaya, dekat	Danagung	1 Jam cair
Percaya, dekat, service	Danagung	1 Jam cair
Dekat	Danagung	1 Jam cair
Dekat, percaya	BPR Sleman	Dekat
Kepercayaan	BPR Danagu	Cepat prosesnya
Sudah percaya	Danagung	Cepat prosesnya
Sudah percaya	Danagung	1 Jam cair
Percaya	Danagung	Terkenal
Dekat, percaya	Danagung	Mudah
Mudah prosesnya	Danagung	Bunga bersaing
Dekat	Danagung	Cepat, 1 jam cair
Dekat, mudah, percaya	Danagung	Cepat prosesnya
Sudah percaya	Danagung	Banyak kemudahan
Dekat	Danagung	Banyak kemudahan
Sudah percaya	Danagung	Prosesnya cepat
Dekat, syariah	Danagung	1 Jam cair
Mudah, dikenal	Danagung	1 Jam cair
Proses mudah	Danagung	1 Jam cair
Mudah	Danagung	Prosesnya cepat
Sudah dikenal	Danagung	Banyak kemudahan
Sudah percaya	Danagung	Banyak kemudahan
Syarat mudah	Danagung	Proses mudah

Syariah, dekat	Danagung	-
	Danagung	Memiliki kemudahan
Dekat	Danagung	Banyak kemudahan
Kecepatan proses & syarat mudah	Formes	Didatangi oleh petugas
Dekat, percaya	Danagung	Mudah prosesnya
Dekat, mudah dijangkau		
Tanpa agunan		

