

**ANALISIS STRATEGI BERSAING BPRS DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH MENGGUNAKAN  
PENDEKATAN SWOT BERDASARKAN  
PERSPEKTIF ISLAM  
(Studi Pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Melengkapi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana ( SE )*

**Oleh:**

**FADHILAH LAELA SYARIFAH  
NPM. 1951020076**



**Prodi : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1445 H / 2024 M**

**ANALISIS STRATEGI BERSAING BPRS DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH MENGGUNAKAN  
PENDEKATAN SWOT BERDASARKAN  
PERSPEKTIF ISLAM  
(Studi Pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-  
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S E)*

**Oleh:**

**FADHILAH LAELA SYARIFAH  
NPM. 1951020076**

**Prodi: Perbankan Syariah**

**Pembimbing I : Muhammad Kurniawan, M.E.Sy.**

**Pembimbing II : Vicky F Sanjaya, M.Sc.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H / 2024**

## ABSTRAK

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan merupakan salah satu lembaga keuangan berbasis syariah. Dalam melakukan proses promosi pada produk dan jasanya guna meningkatkan jumlah nasabah diperlukan strategi pemasaran yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing dan penerapan SWOT di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan guna meningkatkan jumlah nasabah. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Cara ini dilakukan untuk mendapatkan data-data mengenai penelitian. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dan diperkaya dengan data kepustakaan. Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif analisis dengan sumber data yaitu primer dan data sekunder. Sedangkan analisis data dilakukan dengan pendekatan berfikir induktif.

Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa strategi bersaing yang dilakukan BPRS Metro Madani cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu menggunakan *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning*. Selain itu, dalam memasarkan produknya diterapkan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri atas 4P yaitu Strategi *Product* (produk), Strategi *Price* (harga), Strategi *Place* (tempat/saluran distribusi) dan Strategi *Promotion* (promosi) yang menggunakan periklanan (*advertising*) dan promosi penjualan (*personal selling*) dengan menerapkan strategi jemput bola. Hasil penelitian menggunakan analisis SWOT pada faktor internal terdapat selisih 1,05 dan pada eksternal terdapat selisih 0,35. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan masuk pada tipe kuadran 1 (positif, positif) yang merupakan posisi yang sangat menguntungkan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang tinggi. Berdasarkan perspektif islam didapat beberapa prinsip yang digunakan yaitu prinsip kejujuran, tabligh, amanah dan istiqomah .

*Kata Kunci:* Strategi Bersaing, Pemasaran Produk, SWOT

## **ABSTRACT**

*Sharia People's Financing Bank (BPRS) Metro Madani KC Jatimulyo South Lampung is a sharia-based financial institution. In carrying out the promotional process for products and services to increase the number of customers, a good marketing strategy is needed.*

*This research aims to determine the competitive strategy and application of SWOT at BPRS Metro Madani KC Jatimulyo South Lampung in order to increase the number of customers. This research uses interview and documentation methods. Interviews were conducted with the Head of Operations, Marketing, Branch Heads, and wadi'ah savings customers. This method is used to obtain data regarding research. The method in this research is field research and is enriched with library data. The nature of this research is descriptive qualitative analysis with data sources, namely primary and secondary data. Meanwhile, data analysis was carried out using an inductive thinking approach.*

*Based on research, it was found that the competitive strategy for wadi'ah savings products carried out by BPRS Metro Madani Jatimulyo South Lampung branch to increase the number of customers was using Segmentation, Targeting and Positioning. Apart from that, in marketing its products a marketing mix strategy is implemented which consists of 4Ps, namely Product Strategy (product), Price Strategy (price), Place Strategy (place/distribution channel) and Promotion Strategy (promotion) which uses advertising (advertising). ) and sales promotion (personal selling) by implementing a pick-up-the-ball strategy. The results of research using SWOT analysis on internal factors there is a difference of 1.05 and on external factors there is a difference of 0.35. Thus, it can be concluded that the application of SWOT analysis in the marketing strategy at BPRS Metro Madani KC Jatimulyo South Lampung falls into quadrant type 1 (positive), which is a very profitable position where the company has high strengths and opportunities.*

*Keywords: Competitive Strategy, Promotion Products, SWOT*



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN  
INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703289*

**SURAT PERNYATAAN**

*Assalamu' alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fadhilah Laela Syarifah  
NPM : 1951020076  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Bersaing BPRS Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Menggunakan Pendekatan SWOT (Studi Pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo)”**, adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu' alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

Bandar Lampung, 26 Februari 2024  
Penulis



**Fadhilah Laela Syarifah**  
**1951020076**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131. Telp. (0721) 704030

**PERSETUJUAN**

**Judul** : Analisis Strategi Bersaing BPRS Dalam  
**Skripsi** Meningkatkan Jumlah Nasabah Menggunakan  
Pendekatan SWOT Berdasarkan Perspektif  
Islam (Studi Pada BPRS Metro Madani KC  
Jatimulyo)  
**Nama** : Fadhilah Laela Syarifah  
**NPM** : 1951020076  
**Jurusan** : Perbankan Syariah  
**/Prodi**  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang  
Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Muhammad Kurniawan, M.E.Sy**

**NIP. 198605172015031005**

**Pembimbing II**

**Vicky F Sanjaya, M.Sc**

**NIP. 199411122019031009**

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.A.K., Akt**

**NIP. 198308152006042004**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan Judul **“Strategi Bersaing BPRS Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Menggunakan Pendekatan SWOT Berdasarkan Perspektif Islam (Studi Pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo)”** disusun oleh **Fadhilah Laela Syarifah, NPM: 1951020076**, Program Studi **Perbankan Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : **Senin, 25 Maret 2024**

**Tim Penguji**

**Ketua : Dr. Asriani, M.H.**

**Sekretaris : Nanda Audia, M.M.**

**Penguji I : Siska Yuli Anita, M.M.**

**Penguji II : Muhammad Kurniawan, M.E.,Sy.** (.....)

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Prof. Dr. Fulus Suryanto, M.M., Akt., C.A**

**NIP. 197009262008011008**

## MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

**(QS. Al-Insyirah:6-8)**

“Bring your diploma”

**(S.Coups of SEVENTEEN)**

“You’re doing so well, Though it’s hard, you will see the light if you endure it just a little bit more”

**(Joshua of SEVENTEEN)**





## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk Orang-orang yang saya sayangi dan hormati. Sebagai bukti hormat dan kasih sayang kepada mereka, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orangtua saya, Ayah Sutiyoso dan Ibu Triyanti yang sangat saya sayangi, yang senantiasa mendoakan serta menyayangi dan mencintai saya, mendidik dengan sepuh hati, mendukung semua kegiatan dan keputusan saya, memberikan dukungan moral serta material, terimakasih atas semua pengorbanan yang telah Ayah dan Ibu berikan, sehingga selalu menjadi motivasi untuk selalu bersemangat. Untuk adik saya Revan, yang selalu memberi dukungan, menghibur dalam canda tawa, menguatkan dan memotivasi saya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan keberkahan di dunia maupun akhirat.
2. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terkhusus Bapak Dr. Muhammad Kurniawan, M.E. Sy dan Bapak Vicky F Sanjaya, M.Sc. selaku pembimbing saya, terimakasih telah meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk membimbing dan mengarahkan dari awal penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan keberkahan di dunia maupun akhirat.
3. Teruntuk diri saya sendiri yang paling saya sayangi, yang telah berjuang dan bertahan sampai di titik ini. Semoga selalu kuat untuk menata masa depan karena setelah ini masih panjang perjalanan dan rintangan yang akan dihadapi.
4. Almamater tercinta, UIN Raden Intan Lampung terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Fadhilah Laela Syarifah, yang dilahirkan di Bandar Lampung tepatnya pada tanggal 22 Januari 2001. Putri dari Bapak Sutiyoso dan Ibu Triyanti, yang merupakan putrid pertama dari dua bersaudara.

Jenjang pendidikan pertama penulis dimulai dari TK Dharma Wanita di Marga Agung pada tahun 2007 kemudian selesai pada tahun 2008, kemudian Sekolah Dasar (SD) Negeri 2 Marga Agung, Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan pada tahun 2008 dan selesai pada tahun 2013. Penulis melanjutkan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama di MTs Al-Hidayah Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan Tahun 2016, kemudian penulis melanjutkan pada jenjang Sekolah Menengah Atas di (Madrasah Aliyah Negeri) MAN 1 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis masuk di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dengan program studi Perbankan Syariah melalui jalur Seleksi Prestasi Akademik Nasional Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (SPAN-PTKIN).



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, ilmu pengetahuan, kekuatan dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, keluarga, pengikut-Nya yang taat pada ajaran agama-Nya, yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang benerang pada saat ini.

Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). terselesaikannya skripsi ini berkat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak maka dari itu dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis ungkapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap masalah-masalah akademik mahasiswa.
2. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak sebagai ketua Jurusan/Prodi Perbankan Syariah UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
3. Bapak Muhammad Kurniawan, M.E.Sy sebagai pembimbing 1 dan Bapak Vicky F Sanjaya, M.Sc. sebagai pembimbing 2 yang telah banyak membantu memberikan bimbingan, mengarahkan dan memotivasi hingga skripsi ini selesai.
4. Kepada Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan, membantu serta memberikan masukan-masukan yang insyaAllah dapat menjadi pedoman dan bekal untuk penulis.
5. Kepada seluruh staf akademik dan pegawai perpustakaan yang memberikan pelayanan yang baik dalam mendapatkan

informasi dan sumber referensi, data dan lain-lain dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Kepada Ibu Triwahyuni, Bapak Iwan Yulianto dan seluruh karyawan BPRS Metro Madani KC Jatimulyo yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
7. Teristimewa untuk Orang Tuaku Tersayang, Bapak Sutiyoso dan Ibu Triyanti yang telah mendukung dan member masukan serta mendoakan di setiap langkahku, terimakasih telah membesarkan dengan penuh kasih sayang dan pengorbanan. Semoga Allah selalu melimpahkan kesehatan, keselamatan, panjang umur serta kebahagiaan dunia dan akhirat untuk Bapak dan Ibu, Aamiin.
8. Kepada adikku satu-satunya Revan Fadli Syahputra, terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan kepadaku semoga bisa menjadi anak yang sholeh dan berbakti kepada orang tua.
9. Kepada Bani Nurul Adha pacarku, terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini yang telah diberikan kepadaku, terimakasih selalu mendampingi dimasa-masa sulit, menjadi tempat berkeluh kesah dan sebagai pemberi semangat.
10. Kepada sahabatku Antika, Lisa Fitriasia, Mentari Hervista, Kardilla Aprilia, Meiriva Ika Fadhila, Zahrotun Nufus yang seringkali mendengarkan keluh kesah penulis dan menyemangati dalam proses pembuatan skripsi ini hingga selesai, selalu memberikan support, selalu menghibur dengan tingkah laku mereka, terimakasih.
11. Teman-teman seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2019 khususnya kelas C, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
12. Kepada grup boyband SEVENTEEN terimakasih telah menemani dan memberi semangat kepada penulis lewat lagu dan karya-karyanya.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>x</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang .....	2
C. Fokus Penelitian dan Sub Fokus Penelitian .....	10
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	12
H. Metode Penelitian.....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>23</b>
A. Kerangka Teoritik.....	23
1. Strategi Pemasaran .....	23
a. Matriks IFAS & EFAS .....	43
b. Matriks SWOT .....	45
<b>BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>53</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian .....	64
<b>BAB IV ANALISIS PENELITIAN</b> .....	<b>77</b>
A. Analisis Data Penelitian.....	77
1. Analisis Strategi Bersaing BPRS Metro Madani Cabang Jatimulyo Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah .....	77

B. Temuan Penelitian .....	85
1. Penerapan Metode SWOT di BPRS Metro Madani Cabang Jatimulyo Lampung Selatan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah .....	85
C. Strategi BPRS Metro Madani KC Jatimulyo berdasarkan perspektif islam.....	95
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>99</b>
A. Kesimpulan .....	99
B. Rekomendasi.....	100
<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>103</b>



## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1. 1	Perkembangan Aset BPRS Metro Madani Syariah Cabang Jatimulyo (2017-2021 .....	7
1. 2	Perkembangan Laba BPRS Metro Madani KC Jati Mulyo ..	8
2. 1	Matriks Kuadran SWOT .....	46
3. 1	Struktur Perusahaan BPRS Metro Madani KC Jatimulyo ..	58
4. 1	Pemasaran BPRS Metro Madani KC Jatimulyo .....	79
4. 2	Media Sosial dan Website BPRS Metro Madani .....	83
4. 3	Brosur dan banner di BPRS Metro Madani Cabang Jatimulyo.....	84
4. 4	Hasil Grafik Kuadran SWOT .....	90



## DAFTAR TABEL

### Tabel

1. 1	Penelitian Terdahulu .....	12
2. 1	Matriks IFAS .....	43
2. 2	Matriks EFAS .....	44
2. 3	Tabel Penjelasan Kuadran SWOT.....	47
4. 1	Produk BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.....	81
4. 2	Hasil Matriks IFAS .....	87
4. 3	Hasil Matriks EFAS .....	88
4. 4	Hasil Strategi SWOT .....	92





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Proposal ini berjudul "ANALISIS STRATEGI BERSAING BPRS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT (Studi Pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo)". Untuk itu perlu uraian pengertian dan istilah-istilah judul tersebut agar memudahkan dan memperjelas persepsi pokok permasalahan dalam memahami makna judul tersebut dan supaya tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi pembaca. Maka uraian dari judul tersebut adalah sebagai berikut:

#### **1. Analisis**

Analisis data sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.<sup>1</sup>

#### **2. Strategi Bersaing**

Strategi bersaing adalah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuan dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>2</sup>

#### **3. BPRS**

BPRS (Bank Pengkreditan Rakyat Syariah) adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, atau dengan kata lain yaitu bank yang tata cara beroperasionalnya mengacu kepada ketentuan-ketentuan islam (al-qur'an dan al-hadist). Pengertian lain BPRS adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalulintas pembayarannya.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Noeng Muhadjir, Metodologi Penelitian Kualitatif, Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, Phenomenologik, Realisme-Metaphisik, Telaah Studi Teks Dan Penelitian Agama, 3 Ed (Yogyakarta: Bayu Indra Grafika, 1998), 104.

<sup>2</sup> Michael Porter, Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry Dan Pesaing (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 35

<sup>3</sup> Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: kencana, 2009), h.62

#### 4. Nasabah

Nasabah adalah pelanggan (costumer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa.<sup>4</sup>

#### 5. Analisis SWOT

SWOT merupakan penilaian atas hasil pengamatan situasi guna menentukan sebuah kondisi dikelompokkan menjadi sebuah kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman dalam proses penyusunan strategis organisasi atau perusahaan untuk menilai kondisi sekarang serta gambaran ke depan yang memengaruhi tercapainya tujuan.<sup>5</sup>

#### 6. Ekonomi Islam

Ekonomi islam adalah ilmu ekonomi yang mengaplikasikan prinsip ekonomi sesuai dengan syariat Islam, bagi setiap kegiatan ekonomi guna menciptakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.<sup>6</sup>

### B. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan dalam suatu perekonomian. Kemajuan suatu perekonomian ditentukan oleh besarnya pertumbuhan yang ditunjukkan oleh perubahan output nasional. Adanya perubahan output dalam perekonomian merupakan analisis ekonomi jangka pendek. Pertumbuhan ekonomi adalah peningkatan dalam kemampuan dari suatu perekonomian dalam memproduksi barang dan jasa. Dengan kata lain, pertumbuhan ekonomi lebih menunjuk pada perubahan yang bersifat kuantitatif (quantitatif change) dan biasanya diukur dengan menggunakan besaran Produk Domestik Bruto (PDB) atau pendapatan output perkapita. Tingkat pertumbuhan ekonomi menunjukkan

---

<sup>4</sup> Mislah Hayati Nasution, Sutisna.2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah. Volume 1 Nomor 1, hlm 65

<sup>5</sup> Istiqomah, & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa

Kaliputu Kudus). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2),363.

<sup>6</sup> Dewi Mahrani, "Ekonomi Islam: Solusi Terhadap Masalah Sosial-Ekonomi," *Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, no. 1 (2018).

persentase kenaikan pendapatan nasional riil pada suatu tahun tertentu dibandingkan dengan pendapatan nasional riil pada tahun sebelumnya. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi maka semakin cepat proses pertambahan output wilayah sehingga prospek perkembangan wilayah semakin baik.

pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Pertumbuhan ekonomi mengukur prestasi dari perkembangan suatu perekonomian dari suatu periode ke periode dan dapat merepresentasikan kemampuan suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa. Kemampuan negara dalam hal produksi dapat meningkat disebabkan oleh pertambahan faktor-faktor produksi baik dalam jumlah dan kualitasnya.<sup>7</sup>

Dinamika ekonomi secara terus menerus mengalami perkembangan dari masa Rasulullah, masa Khulafaurraiyidin, masa Umar bin Khattab, Utsman bin Affan, Ali bin Abi Thalib hingga perkembangan dan kemajuan ekonomi saat ini yang sudah menuju industri teknologi yang disebabkan meningkatnya, ilmu pengetahuan, teknologi, dan kebutuhan serta keinginan dari manusia menyebabkan organisasi ataupun perusahaan yang memiliki produk dan jasa yang dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia juga semakin kompetitif. Persaingan terjadi tidak lagi pada skala lokal atau nasional akan tetapi sudah meningkat pada skala global atau internasional. Produk seringkali memiliki siklus hidup yang lebih pendek dan selera pelanggan lebih singkat.<sup>8</sup>

Dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan dalam berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah potensial. Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya maka lembaga keuangan syariah perlu menjaga citra positif di mata masyarakat untuk

---

<sup>7</sup>Nurjanah, N., & Purnama, N. S. (2023). Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah dan Kondisi Makro Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 346-357

<sup>8</sup>Abdul Muhith, "Sejarah Perbankan Syari'ah," *Jurnal Kajian Keislaman Dan Pendidikan* Vol. 1 No. (2012), h. 77

mempertahankan citra ini dapat di bangun melalui kualitas produk, kualitas promosi, kualitas harga dan kwalitas tempat atau keamanan. Untuk meningkatkan citra lembaga keuangan syariah maka perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabahnya yang bisa disebut customer service.

Menjalankan suatu bisnis harus merancang strategi untuk mencapai tujuannya. Selama melakukan strateginya, perusahaan harus menelusuri hasilnya dan memantau perkembangan baru di lingkungan internal dan eksternalnya. Menurut Crown Dirgantoro, “strategi adalah sumber daya seseorang atau kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di dalam pasar”.<sup>9</sup>

Sebagai upaya merebut dan memenangkan persaingan memerlukan pemikiran, perencanaan strategis yang matang dan komprehensif. Hermawan Kartajaya menyebut kondisi persaingan seperti saat ini berada pada tahap wild, dimana perusahaan-perusahaan yang bersaing dalam satu industri bahkan lintas industri memiliki akses yang relatif sama terhadap ketersediaan teknologi untuk menghasilkan produk baru. Dalam keadaan seperti ini, berbagai perubahan berjalan begitu cepat dan tidak selalu bisa diprediksikan dengan akurat. Kondisi lingkungan perusahaan dan persaingan mengharuskan perusahaan untuk melakukan analisis lingkungan perusahaan, baik lingkungan eksternal perusahaan maupun lingkungan internal perusahaan.<sup>10</sup>

Perkembangan yang pesat di dunia bisnis dan keuangan telah mendorong berkembangnya inovasi transaksi-transaksi keuangan syari’ah. Di Indonesia, bank syariah pertama didirikan pada tahun 1992 yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) kemudian diikuti oleh berdirinya Bank Perkreditan Rakyat Syari’ah (BPRS) lainnya yang membuktikan bahwa perbankan syari’ah tidak terkena imbas krisis moneter pada tahun 1998. Dalam melakukan transaksi keuangan kita tidak hanya dapat melakukannya didalam bank konvensional dan bank syariah saja, akan tetapi terdapat lembaga keuangan lainnya seperti Bank

---

<sup>9</sup>Crown Dirgantoro, Manajemen Stratejik, (Jakarta: Grasindo, 2001)

<sup>10</sup>Ismail Sholihin, Manajemen Strategi (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 128

Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank yang melaksanakan operasional usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam usahanya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran seperti firman Allah SWT yang terdapat dalam QS Al Baqarah ayat 269:<sup>11</sup>

يُوفَى الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ ۖ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ

Artinya: “Allah menganugerahkan al hikmah (kefahaman yang dalam tentang Al Quran dan As Sunnah) kepada siapa yang dikehendaki-Nya. Dan barangsiapa yang dianugerahi hikmah, ia benar-benar telah dianugerahi karunia yang banyak. Dan hanya orang-orang yang berakallah yang dapat mengambil pelajaran (dari firman Allah)”.

Dalam ayat ini mengajarkan bahwa Allah telah menurunkan hikmah melalui alquran dan sunnahnya. Dan manusia hendaknya terus belajar mengenai pengetahuan dengan menciptakan inovasi dengan kreatifitas serta akal yang dimiliki oleh manusia, dengan berpedoman teguh dengan Al-Quran dan sunnah-sunnah Nabi.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِنَّكُمْ زُجُجْتُمْ بِأَمْوَالِكُمْ لَآ تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ إِن كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَأَن تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah apa yang tersisa dari riba, jika kalian adalah orang-orang yang beriman. Maka jika kalian tidak meninggalkan, maka umumkanlah perang kepada Allah dan Rasul-Nya. Maka jika kalian bertaubat, maka bagi kalian adalah pokok harta kalian. Tidak berbuat dhalim lagi terdhalimi. Dan jika terdapat orang yang kesulitan, maka tundalah sampai datang

<sup>11</sup> [Tafsirweb.com/1561-surat-Al-Baqarah \(269\)-.html](http://Tafsirweb.com/1561-surat-Al-Baqarah-(269)-.html)

kemudahan. Dan bila kalian bersedekah, maka itu baik bagi kalian, bila kalian mengetahui." (QS Al-Baqarah: 278-280).<sup>12</sup>

Kedua ayat tersebut mengajarkan kita untuk terus belajar mengenai ilmu pengetahuan dengan menciptakan inovasi-inovasi. Selain itu juga bahwa umat muslim dilarang dalam mengambil harta orang lain dengan jalan yang bathil (tidak benar). Jalan bathil yang dimaksud yaitu mencuri, riba, judi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap, dan hal lain yang merugikan orang lain.

Tugas dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) melakukan pembiayaan sesuai prinsip syariah kepada masyarakat. Maksud pembiayaan berdasarkan prinsip syariah menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan merupakan penyediaan tagihan atau uang yang dipersamakan dengan itu berdasarkan kesepakatan atau persetujuan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan tagihan atau uang tersebut setelah jangka waktu jatuh tempo dengan bagi hasil atau imbalan yang telah disepakati diawal pembiayaan.<sup>13</sup>

Peluang bagi BPRS selain akan terus melakukan pembenahan-pembenahan dalam manajemen perusahaan untuk meningkatkan efektifitas kinerja BPRS seperti, pengembangan pangsa pasar, pengembangan produk dan peningkatan kualitas layanan dengan berbagai cara, maka juga akan menjadi sebuah dorongan besar bagi BPRS untuk mengontrol strategi bersaingnya dengan lembaga-lembaga keuangan lain. Dalam dunia industri, para pelaku ekonomi perlu pemikiran manajemen untuk melakukan bisnisnya, manajemen digunakan untuk mengatur kegiatan produksi, pemasaran barang, dan menjaga hubungan baik antara produsen dan kru. Dengan manajemen memungkinkan untuk melakukan inovasi, mengembangkan fasilitas produk dan tehnik kegiatan industri. Sedangkan strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>[tafsirweb.com/1561-surat-Al-Baqarah-\(278-280\)-.html](http://tafsirweb.com/1561-surat-Al-Baqarah-(278-280)-.html)

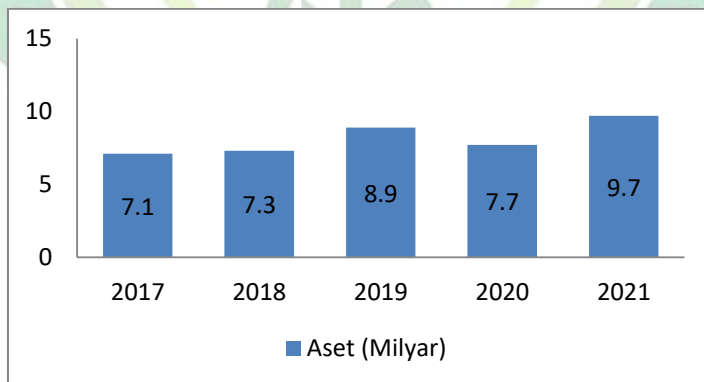
<sup>13</sup>Imaniyati, N. S. 2010. Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Mal Wat Tamwil). Yogyakarta: PT. Citra Aditya Bakti.

<sup>14</sup>A. Riawan Amin, Menggagas Manajemen Syari'ah Teori Dan Praktik The Celestial Management (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 230

Berdasarkan Statistik Perbankan Syariah (SPS) jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di provinsi Lampung hingga tahun 2021 berjumlah 11 unit salah satunya adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani. BPRS Metro Madani merupakan lembaga perbankan yang berkontribusi membangun ekonomi masyarakat dengan prinsip syariah dengan mengedepankan kemaslahatan umat terutama mayoritas kaum muslimin.<sup>15</sup>

Sebagai Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, BPRS Metro Madani cabang Jatimulyo Lampung Selatan yang beralamat di Jalan Senopati No. 99 Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan dan berlokasi sangat strategi yakni di area Pasar Jatimulyo merupakan satu-satunya lembaga keuangan bank yang menerapkan prinsip syariah, selain itu banyak juga Lembaga Keuangan lainnya sebagai pesaing bisnis yang ada disekitar lokasi tersebut seperti Bank Dhana Sewu, BMT Assyafiiyah, Koperasi Simpan Pinjam Sahabat Karunia Bersama, Koperasi Sehati Makmur Abadi dan lain sebagainya. Selain itu, BPRS Metro Madani mendapatkan penghargaan dari Infobank Award sebagai Bank berpredikat sangat bagus dari sisi aset berasaet Rp. 100 Miliar s-d Rp. 250 Miliar.

#### **PERKEMBANGAN ASET BPRS METRO MADANI KC JATI MUYO**



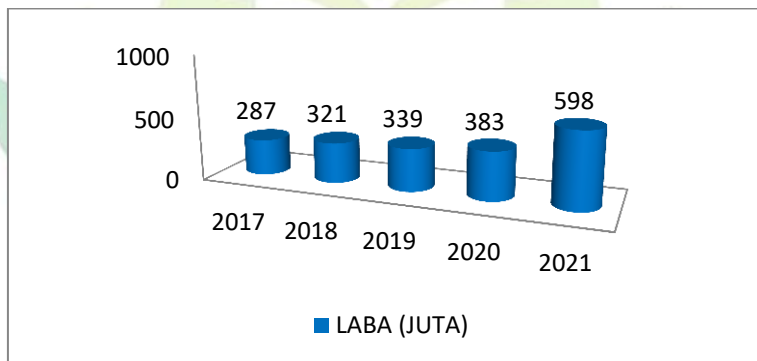
**Gambar 1. 1Perkembangan Aset BPRS Metro Madani Syariah Cabang Jatimulyo (2017-2021)**

*(Sumber :BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo*

<sup>15</sup>Bank Syariah Metro Madani, "Visi & Misi Bank Syariah Metro Madani", Bank Syariah Metro Madani, 2021.

Dari grafik gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pertumbuhan aset BPRS Metro Madani semakin meningkat. Pada tahun 2017 aset BPRS Metro Madani di angka 7,1 milyar dan terus meningkat pada tahun 2018 dan 2019 dengan kenaikan hingga di angka 7,3 milyar dan 8,9 milyar. Namun pada tahun 2020 aset BPRS Metro Madani mengalami penurunan, penurunan ini disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang sedang merajalela dan berdampak juga terhadap BPRS Metro Madani. Dan pada tahun 2021 BPRS Metro Madani kembali di *trend* positifnya dengan mengalamu kenaikan aset hingga 9,7 milyar. Peningkatan aset yang di alami oleh BPRS Metro Madani KC Jati Mulyo sejalan dengan peningkatan laba perusahaan. Peningkatan tersebut didukung oleh pertumbuhan penghimpunan dana dan penyaluran dana. Hal tersebut menunjukkan kepercayaan masyarakat yang tetap terjaga untuk menyimpan dananya di BPRS maupun masyarakat yang ingin mendapatkan pembiayaan dari BPRS. Perkembangan laba BPRS Metro Madani dapat di lihat pada diagram di bawah ini.

#### **PERKEMBANGAN LABA BPRS METRO MADANI KC JATI MULYO**



**Gambar 1. 2 Perkembangan Laba BPRS Metro Madani KC Jati Mulyo**

(Sumber :BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo)

Tentunya sebelum memutuskan untuk menggunakan produk masyarakat perlu melakukan pengamatan dan pertimbangan terlebih dahulu, ketiga lembaga tersebut perlu melakukan beberapa hal untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat antara lain melalui Produk (*product*), Harga (*price*), Lokasi (*place*), Promosi,



(*promotion*), yang biasanya menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk menentukan keputusan menggunakan produk tersebut.<sup>16</sup>

BPRS Metro Madani memiliki berbagai produk yang akan ditawarkan kepada calon nasabah. Secara bisnis, BPRS Metro Madani fokus menggerakkan strategi bisnis dengan sasaran kalangan bawah terutama pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan juga memberikan pembiayaan pada segmen-segmen tertentu seperti petani dan peternak. Melalui hal tersebut peran marketing pada BPRS Metro Madani sangat penting guna memasarkan produk yang ada serta mendapatkan nasabah sesuai dengan target pembiayaan yang harus dikeluarkan baik dengan bertemu calon nasabah secara langsung maupun menggunakan media lain.

Namun, terjadinya pandemi pada awal tahun 2020 di Indonesia yang menjadikan diberlakukannya sistem PSBB yaitu Pembatasan Sosial Bersekala Besar yang berdampak terhadap sistem sosial maupun ekonomi dimasyarakat Indonesia terutama dalam perbankan syariah dalam pemasarannya menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti strategi yang digunakan agar penyaluran pembiayaan terus berjalan ditengah menurunnya kegiatan perbankan. Dalam upaya pengembangan usaha, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) membutuhkan strategi-strategi bisnis, penentuan strategi harus berdasarkan analisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) perusahaan serta lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Faktor internal meliputi pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan keuangan. Faktor eksternal meliputi kondisi sosial dan ekonomi, teknologi, pembeli, dan pesaing.<sup>17</sup>

Guna menerapkan strategi pemasaran bank juga melakukan analisis pesaing. Analisis ini dijalankan untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan pesaing disamping untuk melihat peluang dan serta ancaman yang mungkin akan timbul baik sekarang atau dimasa yang

---

16 Muhammad Adam, Manajemen Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 104.

17 Tahwin, M., Maslichan, M., & Suryandani, W. (2019). Model Manajemen Usaha Dalam Upaya Peningkatan Daya

Saing Industri Batik Tulis Lasem Kabupaten Rembang. Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi, 14(2), 214–225.

akan datang. Analisis yang dimaksud tersebut adalah analisis SWOT.<sup>18</sup>

Analisis SWOT yakni membandingkan antara faktor eksternal, peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal, kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness). Analisis SWOT biasa digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta mengemabngkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap eksis. Peluang yang ada harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan agar volume penjualan dapat meningkat. Dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan haruslah dihadapi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik.<sup>19</sup> pendekatan sistematis guna membantu dalam pengambilan keputusan yaitu menganalisis lingkungan internal dan eksternal secara bersamaan menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan di atas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Bersaing BPRS Dalam Meningkatkan Meningkatkan Jumlah Nasabah Menggunakan Metode Pendekatan SWOT (Studi Pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo)”**

### **C. Fokus Penelitian dan Sub Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada identifikasi faktor internal dan faktor eksternal dari BPRS Metro Madani KC Jatimulyo menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi yang bisa diterapkan sebagai upaya meningkatkan daya saing dalam menarik minat nasabah

---

<sup>18</sup>Kasmir, Op.Cit, h. 193.

<sup>19</sup> Angelica Tamara, “ Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis”, Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol.4 No. 3 (Tesis Program Magister Studi Manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado, 2016), h. 399

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi bersaing yang digunakan BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam meningkatkan jumlah nasabah?
2. Bagaimana penerapan matrik SWOT di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah?
3. Bagaimana strategi bersaing BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam perspektif islam?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi bersaing BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam meningkatkan jumlah nasabah.
2. Untuk mengetahui penerapan SWOT pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam meningkatkan jumlah nasabah.
3. Untuk mengetahui penerapan SWOT di BPRS Metro Madani berdasarkan perspektif islam.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada banyak pihak diantaranya:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu khasanah ilmu pengetahuan dibidang perbankan syariah khususnya mengenai strategi bersaing BPRS Menggunakan Metode pendekatan SWOT dalam meningkatkan jumlah nasabah. Serta mampu menjadi tambahan referensi dan bahan kajian bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan tentang penelitian yang sejenis.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Akademisi**

Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran khususnya bagi perkembangan BPRS serta dapat dijadikan referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi bersaing BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

### b. Praktisi

Bagi pelaku usaha BPRS, penelitian ini bisa menjadi bahan alternatif pertimbangan untuk memformulasikan strategi pengembangan usaha yang efektif dan efisien. Penelitian ini bisa juga digunakan untuk acuan dalam upaya peningkatan kinerja usaha serta sebagai alat evaluasi.

### c. Pemerintah

Bagi pemerintah, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemikiran bagi perkembangan BPRS, serta dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan mengenai BPRS Metro Madani di Indonesia yang berwawasan syariah.

## G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Vina Islami, Rani, Syahrir (2022)	Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Kompetitif Pada BPR Rama Ganda	Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti strategi yang paling efektif yang digunakan oleh BPR Rama Ganda adalah startegi SO yaitu Memperkuat pangsa pasar dengan memperluas pangsa pasar yang ada tentunya dengan proses dan perencanaan yang matang. Selanjutnya dengan memperkuat promosi produk. Promosi produk merupakan hal yang tidak boleh ditinggalkan oleh perusahaan. Promosi produk merupakan memperkenalkan produk yang ada pada perusahaan tersebut guna meningkatkan jumlah

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			<p>pelanggan atau nasabah. BPR Rama Ganda sebaiknya dalam mempromosikan produk memanfaatkan teknologi seperti media masa. Kendala yang dihadapi diantaranya adalah banyaknya pesaing selain itu kendala yang paling besar pada suku bunga yang relative lebih tinggi, akibatnya masyarakat enggan menggunakan produk tersebut.<sup>20</sup></p>
2.	Ivanka Mira Nur Aini, M Ruslianor Maika (2022)	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lantabur Tebuireng Sidoarjo	<p>Berdasarkan dari hasil pembahasan, dapat ditemukan sebuah kesimpulan bahwa: Strategi pemasaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lantabur Tebuireng Sidoarjo diamati dari segi Segmentation, Targeting, serta Positioning adalah pertama, Segmentation pasar pada strategi pemasaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lantabur Tebuireng Sidoarjo, menempatkan segmentasi pada pelaku UMKM dipasar, karyawan pabrik, pegawai kantor dan pedagang kaki</p>

<sup>20</sup> Vina Islami, Rani, Syahrir (2022), Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Kompetitif Pada BPR Rama

Ganda. Journal of Business and Economics Research (JBE) Vol 3, No 3, Oktober 2022, pp. 382–387

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			<p>lima. Segmentasi tersebut dapat dikelompokkan kedalam dua segmentasi pasar, yaitu segmentasi pasar investasi dan segmentasi pasar produktif. Kedua, Targeting pasar dilakukan oleh BPRS Lantabur Tebuireng Sidoarjo ditujukan kalangan menengah kebawah yang produktif seperti, pedagang di pasar, pegadang kaki lima dan nasabah yang memiliki UMKM. Ketiga, Positioning Pasar BPRS Lantabur Tebuireng Sidoarjo menyesuaikan dengan bauran pemasaran yang terdiri dari 4P (product, price, place, promotion).<sup>21</sup></p>
3.	Andry Wahyu Pratama (2022)	Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Dalam Menarik Nasabah (Bank Maslahat Kota Bengkulu)	<p>Berdasarkan hasil temuan penelitian yang dianalisis dan dibahas pada bab sebelumnya untuk mendapatkan jawaban dari fokus penelitian, maka kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bank Maslahat Kota Bengkulu dalam menarik minat nasabahnya dengan melakukan pemasaran kepada</li> </ol>

<sup>21</sup>Ivanka Mira Nur Aini, M Ruslianor Maika, (2022). Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Volume 5 Nomor 2

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			<p>para nasabah maupun calon nasabahnya dengan cara menerapkan prinsip 4P yaitu product, price, place, dan promotion. Dalam hal ini bank maslahat melakukan taktik pengembangan produk (product) baru dan meningkatkan kualitas dari setiap produk yang ada, menawarkan dan memberikan harga (price) yang relatif murah dan cukup terjangkau bagi nasabahnya, menentukan lokasi (place) strategis di pusat keramaian kota dan dekat dengan jalan raya, serta melakukan promosi (promotion) dengan periklanan yang memanfaatkan media sosial, sosialisasi secara langsung atau penjualan perseorangan yang dilakukan customer service, teller, dan pihak funding, membuka gerai pada event-event, menjadi sponsor di berbagai kegiatan serta menyebarkan brosur secara rutin.</p> <p>2. Peluang yang dapat diraih Bank Maslahat Kota Bengkulu yaitu : masyarakat Bengkulu Mayoritas menggunakan pembiayaan mikro, pada saat ini sedang trend pembiayaan</p>

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			syariah di Kota Bengkulu, banyaknya jumlah usaha masyarakat yang memiliki kekurangan pendanaan sedangkan ancaman yang dihadapi Bank Maslahat Kota Bengkulu yaitu : banyaknya pesaing yang lebih mapan dari bank lain serta nilai pengukuran nilai bagi hasil yang penentuannya setara dengan suku bunga Bank konvensional. <sup>22</sup>
4.	Rahmat Murzidra (2021)	Analisis Strategi Pemasaran Melalui Produk Pembiayaan Murabahah Untuk Menghadapi Persaingan Antar Bank Syariah (Studi Pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimuyo)	Berdasarkan hasil pembahasan yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa Analisis Strategi Pemasaran Melalui Produk Pembiayaan Murabahah Untuk Menghadapi Persaingan Antar Bank Syariah adalah sebagai berikut: 1. Strategi pemasaran yang digunakan Bank Syariah Metro Madani dalam meningkatkan pembiayaan Murabahah yaitu dengan menggunakan marketing mix/bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (product, price, place,

<sup>22</sup> Pratama, Andry Wahyu, 2022. Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Dalam Menarik Minat Nasabah (Bank Maslahat Kota Bengkulu). Skripsi. UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu



No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			<p>promotion, people, physical evidence, process).</p> <p>2. Strategi pada Bank Syariah Metro Madani dalam menghadapi persaingannya cukup baik dan cukup tepat. Dan didalam strategi tersebut memiliki 2 strategi yang ampuh untuk menghadapi persaingannya yaitu strategi pemasaran dan strategi pengembangan produk.<sup>23</sup></p>
5.	Fevvy Chandra Aulia Putri (2020)	Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk AR-RAHN Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)	Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa, strategi pemasaran produk gadai emas (Ar-Rahn) yang dilakukan oleh PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo meliputi empat variabel bauran pemasaran (Marketing Mix), terdiri dari yang pertama strategi harga (price) dengan menetapkan ujroh lebih kecil dibandingkan dengan pegadaian syariah, kedua strategi tempat (place) dengan lokasi PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo yang sangat strategis yaitu berada di tengah-tengah pasar yang sangat cocok bila didirikan lembaga keuangan syariah

<sup>23</sup> Murzidra, Rahmat. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Melalui Produk Pembiayaan Murabahah Untuk Menghadapi Persaingan Antar Bank Syariah. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			<p>yang mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai pedagang, ketiga strategi promosi (promotion) Marketing PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat dengan menyampaikan keunggulan-keunggulan produk Ar-Rahn, keempat strategi proses (process) pada gadai emas BPRS Metro Madani untuk proses pencairannya cepat, mudah dan tanpa bunga dan pinjamannya didasari akad Qord yang artinya pinjamannya tanpa kelebihan apapun nasabah cukup membayar biaya penitipan barang (ujroh).<sup>24</sup></p>

(Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023)

## H. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif ialah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan serta menginterpretasikan berbagai fenomena alamia maupun buatan seperti kondisi atau berkaitan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau mengenai

<sup>24</sup>Putri, Fevvy Chandra Aulia. 2020. Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Ar-Rahn dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan). Skripsi. IAIN Metro

kecenderungan yang sedang berlangsung.<sup>25</sup> Sedangkan penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mengeksplorasi serta memahami makna yang dianggap oleh individu atau kelompok berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Penelitian kualitatif bisa dirancang guna memberikan masukan terhadap teori, praktis, kebijakan, permasalahan sosial serta tindakan. Peneliti menggunakan metode penelitian ini karena peneliti ingin mengeksplorasi dan memahami fenomena-fenomena yang sifatnya deskriptif guna memecahkan permasalahan yang ada serta sesuai dengan tujuan penelitian mengenai pengembangan usaha.<sup>26</sup>

## **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

### **a) Data Primer**

Data primer ialah sumber data yang secara langsung memberikan data penelitian kepada peneliti, sumber data primer diperoleh melalui pelaksanaan kegiatan wawancara dengan informan serta melakukan observasi atau pengamatan. Data primer merupakan data yang berbentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan dengan lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan informan penelitian berkaitan dengan variabel penelitian.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipatif, yaitu pengamatan secara langsung ke lokasi namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan perusahaan. Tujuan penggunaan teknik observasi non partisipatif adalah agar peneliti bisa mendapatkan data yang lebih lengkap dan mendalam mengenai lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

---

<sup>25</sup> Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2016). Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya

Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management*, 2(2), 1–8

<sup>26</sup> Umrati, & Wijaya, H. (2020). Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan. *Sekolah Tinggi Theologia Jaggray*

**a) Observasi**

Observasi yaitu pengamatan serta pencatatan dengan sistematis mengenai gejala yang nampak pada objek penelitian terkait tingkah laku melalui melihat atau mengamati secara langsung.

**b) Wawancara**

Wawancara ialah bertemunya dua orang guna berbagi informasi dan ide melalui diskusi, sehingga bisa dikonstruksikan makna pada topik tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (In-depth Interview). Jenis wawancara yang digunakan yaitu wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur yaitu salah satu jenis wawancara yang masuk dalam kategori in-depth interview, wawancara dilaksanakan lebih bebas namun topik pembicaraan tetap dipegang peneliti, tujuannya guna menentukan permasalahan lebih terbuka, informan diminta untuk memberikan pendapat dan ide-idenya.<sup>27</sup>

**c) Dokumentasi**

Peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi. Dokumentasi merupakan barang atau hasil atas adanya proses pendokumentasian. Dokumentasi bisa berupa laporan perusahaan, laporan keuangan, foto kegiatan, catatan harian, buku besar, profil perusahaan, atau data lain yang berhubungan dengan penelitian.<sup>28</sup>

**4. Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles, Huberman dan Saldana. Miles, Huberman, dan Saldana menjelaskan jika aktivitas pada analisis data kualitatif dilaksanakan secara interaktif serta berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya menjadi jenuh. Aktivitas-aktivitas

---

<sup>27</sup>Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta

<sup>28</sup>Hermawan, S., & Amirullah. (2016). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif. Media Nusa Creative.

pada analisis data yaitu reduksi data atau konsendasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/memverifikasi.

**a) Reduksi Data**

Reduksi data merupakan bagian dari suatu analisis dengan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.<sup>29</sup> Dalam hal ini peneliti akan merangkum dan memfokuskan pada data-data yang diperlukan. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya.

**b) Penyajian Data**

Penyajian data digunakan untuk membantu mempermudah dalam memahami sesuatu yang terjadi, merencanakan kerja berikutnya yang didasarkan pada apa yang sudah dipahami. Dalam penelitian ini, data yang disajikan akan diidentifikasi serta dianalisis guna dikembangkan dan memperoleh alternatif-alternatif strategi melalui analisis SWOT.

**c) Konvendasi Data**

Konvendasi data ialah proses dalam memilih, memfokuskan, menyederhanakan, membuat abstraksi data hasil yang didapat dari catatan lapangan, wawancara, transkrip, dokumen-dokumen serta catatan lapangan agar data yang dimiliki menjadi lebih akurat dan kuat.<sup>30</sup> Proses reduksi data akan dilakukan secara berkelanjutan dan terus-menerus selama penelitian berlangsung. Reduksi data berguna untuk merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, serta memfokuskan pada hal-hal penting sehingga data bisa memberikan gambaran lebih jelas serta memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data berikutnya.

---

<sup>29</sup> Hardani, Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 164.

<sup>30</sup> Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.

## **5. Penarikan Kesimpulan/Verifikatif**

Penarikan kesimpulan merupakan proses menganalisis dan mencari makna dari data yang tersedia, kesimpulan yang dibuat juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi kesimpulan dapat dilakukan melalui: (1) mengkaji ulang selama penulisan, (2) meninjau kembali catatan lapangan, dan (3) meninjau ulang serta bertukar pikiran dengan teman sejawat guna mengembangkan kesepakatan inter subjektif.

## **6. Metode Pemeriksaan Keabsahan Data**

Dalam metode pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode triangulasi. Metode triangulasi adalah metode sintesa data terhadap kebenaran tentang keabsahan datanya dengan cara memanfaatkan sesuatu data yang lain, untuk digunakan dalam pengecekan data, data yang dinyatakan valid akan memberikan keyakinan terhadap peneliti tentang keabsahan datanya, sehingga tidak diragukan dalam pengambilan kesimpulan penelitian yang dilakukan.

Dalam memberikan gambaran keyakinan, peneliti memfokuskan menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik merupakan teknik yang dilakukan dengan menggunakan pengecekan data kepada sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Strategi Pemasaran**

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategies* yaitu *stratos* dan *ageia*. *Stratos* berarti militer sedangkan *ageia* berarti memimpin yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jendral dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang.<sup>1</sup> Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama.

Pada kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa istilah strategi adalah suatu ilmu untuk menggunakan sumberdaya-sumberdaya untuk melaksanakan kebijakan tertentu<sup>3</sup>. Secara umum pengertian strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi dalam bisnis dapat berupa perluan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasilikuidasi dan *joit venture*.<sup>31</sup>

Pemasaran seringkali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (*sales*), *sales promotion*, iklan, promosi, atau produk. Bahkan seringkali orang menyamakan profesi marketer (pemasar) dengan sales (penjual). Namun sebenarnya pemasaran tidaklah sesempit yang diindentikkan oleh banyak orang, karena pemasaran berbeda dengan penjualan. Pemasaran lebih merupakan “suatu seni menjual produk”, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perencanaan produk sampai dengan setelah produk itu terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berfokus pada terjadinya transaksi penjualan barang atau jasa<sup>32</sup>. Secara

---

<sup>31</sup> David, Manajemen Strategi Konsep, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), h. 18

<sup>32</sup> Sondang Siagian, Analisis serta Perumusan Kebijaksanaan dan Strategi Organisasi, (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986), cet. Ket-2, h. 23.

keseluruhan pemasaran meliputi pengertian yang sangat luas. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian.<sup>33</sup> Menurut Buchari Alma, strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan atau usaha dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.<sup>34</sup>

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha dan pemasaran perusahaan dariwaktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan yang selalu berubah l

Manajemen Strategi<sup>35</sup>.

## 2. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah suatu perumusan atau tindakan manajerial yang digunakan untuk merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi keputusan perusahaan dalam mencapai tujuannya untuk mencapai keberhasilan keunggulan bersaing.penerapan manajemen strategis perusahaan diperlukan sumber daya manusia atau modal manusia yang berpendidikan dan memiliki pengetahuan manajemen bisnis dipadukan dengan seni sebagaiketrampilan

---

<sup>33</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h.

<sup>34</sup> Buchari Alma, *Kewirausahawan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Cet. Ke-12, h. 195.

<sup>35</sup> Buchari Alma, *Kewirausahawan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Cet. Ke-12, h. 195.



merencanakan perumusan strategi yang baik serta pengetahuan manajemen dalam memutuskan pilihan alternatif strategi yang tepat. Kemampuan pengambilan keputusan yang tidak tepat akan berakibat sulitnya perusahaan mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen strategis merupakan perpaduan antara seni dan ilmu yang merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional organisasi. Selanjutnya definisi ini menyiratkan pada fokus integrasimanajemen, pemasaran, keuangan, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan (R&D), dan informasi sistem agar organisasi dapat mencapai tujuannya. Proses manajemen strategis merupakan kumpulan analisis yang berurutan yang akan membawa ke arah pemilihan strategi yang tepat bagi perusahaan sehingga memiliki kinerja yang lebih unggul. Proses manajemen strategi perusahaan dimulai sejak perusahaan berhasil mendefinisikan Visi dan Misi nya.

Visi perusahaan adalah gambaran masa depan perusahaan yang akan diraih pada ukuran masa waktu yang telah ditentukan, sedangkan misi merupakan gambaran terkait hal apa yang akan dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya. Misi sering ditulis dalam bentuk pernyataan yang menentukan keinginan perusahaan dalam jangka waktu tujuan jangka pendek, menengah dan panjang. Beberapa misi perusahaan bisa saja ada yang tidak berpengaruh pada pencapaian kinerja perusahaan dengan tingkat tinggi karena terdapat elemen umum yang belum menciptakan nilai bagi perusahaan. Bahkan misi yang kurang tepat juga dapat merugikan perusahaan, jika pernyataan misi tersebut terlalu fokus pada nilai-nilai kepentingan pribadi pemilik perusahaan atau manajer puncak sehingga tidak konsisten dengan realitas tantangan perubahan ekonomi yang sedang terjadi. Pernyataan misi yang baik selain berhasil menunjukkan keunikan perusahaan juga harus mampu memberikan pengaruh pada seluruh perilaku di dalam organisasi perusahaan. Strategi yang demikian hasil turunan

dari visi dan misi yang keliru tidak akan menjadi sumber keunggulan bersaing berkelanjutan.

Fase berikutnya dari proses manajemen strategis adalah menganalisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Melakukan analisis lingkungan eksternal maka perusahaan dapat dengan mudah mengidentifikasi tantangan atau ancaman dan peluang dalam lingkungan kompetitifnya, kemudian dapat berkembang apa implikasi evolusi ancaman dan peluang yang bisa dihadapi perusahaan. Analisis lingkungan internal perusahaan akan membantu perusahaan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahannya. Sehingga perusahaan akan lebih mudah memahami kapabilitas sumber daya mana yang menjadi sumber keunggulannya.

Menurut Michael E Porter keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing di dalam industri pasar yang sama.<sup>36</sup> Beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas persaingan adalah :

- (a) Pertumbuhan industry ( industry growth)
- (b) Biaya tetap dan biaya penyimpanan ( fixed and storage cost )
- (c) Diferensiasi produk ( produc diference )
- (d) Identitas merek ( brand identity)
- (e) Biaya pengalihan ke barang lain ( switching cost )
- (f) Konsentrasi dan keseimbangan ( concentrate and balance )
- (g) Informasi yang kompleks ( information comlplexity )
- (h) Keberagaman leasing ( diversity of competitors )
- (i) Hubungan keluar

#### **a). Tahapan Manajemen Strategi**

Elemen proses tahapan manajemen strategi dimulai dari beberapa tahapan yaitu environmental scanning, strategy formulation, strategy implementation dan evaluation and control. Manajemen strategik memiliki sejumlah tahapan yang saling memiliki interaksi dan timbal balik. Sejumlah tahapan

---

<sup>36</sup> Sri Utari Erman (2015), Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dalam Rangka Memenangkan Persaingan Bsinis Perbankan. Jom FISIP Volume 2 No.2-Oktober 2015. Universitas Riau

ini berproses dengan saling berkaitan dan berurutan. Berikut dapat dijabarkan proses tahapan tersebut :

1. Pemindaian Lingkungan (Environmental Strategy) : yaitu tahapan yang memonitor, mengevaluasi dan mencari informasi lingkungan internal dan eksternal untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang akan menentukan masa depan perusahaan.

2. Perumusan Strategi (Strategy Formulation) : yaitu tahapan pengembangan rencana jangka panjang. Perumusan strategi meliputi menentukan visi dan misi perusahaan, menentukan tujuan yang hendak dicapai, pengembangan strategi dan kebijakan.

3. Implementasi Strategi (Strategy Implementation) : yaitu proses yang mewujudkan strategi dan kebijakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur.

4. Evaluasi dan Kontrol (Evaluation and Control) : tahapan ini mengevaluasi dan mengontrol. Perumusan strategi terdiri dari pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang lingkungan internal dan eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan penetapan tujuan baik itu tujuan jangka pendek hingga jangka panjang, penentuan strategi alternatif dan memilih strategi alternative tersebut.<sup>37</sup>

manajemen strategik terdiri dari tiga komponen utama yakni perencanaan strategik, implementasi strategik, dan evaluasi strategik. Sehingga dapat digambarkan sebagai berikut:

#### (1) Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi adalah proses pertama dalam tahapan manajemen strategi. Proses ini dilakukan diantaranya untuk menilai keadaan atau kondisi saat ini dan kondisi dimasa depan, mengidentifikasi kondisi masa depan yang mungkin terjadi bagi organisasi dan kemudian mengembangkan strategi, kebijakan, dan prosedur untuk memilih dan menentukan

---

<sup>37</sup> Annisa Mardatillah, Rosmayani, Rendi Prayuda, Manajemen Strategi: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Indigenous Product Creativity. Marpoyan Tujuh, 2022.

keinginan yang akan dicapai.<sup>38</sup> Menurut Freed. R. David Tahapan perencanaan strategi dimulai dengan menentukan/mengembangkan visi dan misi dan statemen organisasi, membuat analisis audit eksternal dan internal, kemudian menetapkan tujuan jangka panjang, dan terakhir adalah menciptakan, mengevaluasi dan memilih strategi Pertama, membuat/mengembangkan visi dan misi serta tujuan dari sebuah organisasi. visi adalah pandangan atau wawasan kedepan, sedangkan misi diartikan tugas yang dirasakan orang sebagai suatu kewajiban untuk melakukannya demi agama, ideologi, patriotisme, dan sebagainya. Al-Qur'an dan al-Hadits juga telah memberikan tuntunan terkait dengan visi, misi, tujuan, dan sasaran organisasi yang harus dapat dididapai dan dapat dilaksanakan dengan baik. hal ini digambarkan dalam surat al-Hasyr ayat 18:

يٰٓأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ

لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Kedua, membuat analisis/diagnosis/audit eksternal dan internal organisasi. Tujuan utama dari langkah analisis ini adalah untuk menentukan posisi strategis suatu perusahaan, sehingga dapat menentukan langkah berikutnya yakni menetapkan tujuan jangka panjang. Ketiga, menetapkan tujuan jangka panjang. tujuan jangka panjang adalah hasil yang diharapkan oleh sebuah perusahaan, hasil ini harus dapat diukur secara realistis, dimengerti oleh seluruh stakeholder, dapat diperoleh dan harus sama pada seluruh

<sup>38</sup> Uhar Suharsaputra, Manajemen Pendidikan Perguruan tinggi, strategi menghadapi perubahan. Bandung: Refika Aditama, cetakan kesatu 2015. . 113.

perusahaan. Keempat, menciptakan, mengevaluasi dan memilih strategi. menciptakan, mengevaluasi dan memilih strategi melibatkan pembuat keputusan secara subjektif berdasarkan informasi yang obyektif. Pada langkah ini organisasi akan dapat menghasilkan alternatif-alternatif pilihan strategi yang layak, mengevaluasi alternatif-alternatif, dan memilih strategi dengan lebih spesifik untuk dilakukan atau di implementasikan. Seluruh aspek perilaku dari perumusan/formula strategi dijelaskan, termasuk dalam hal politik, budaya, etika, dan tanggung jawab sosial juga turut menjadi dasar pertimbangan. Alat-alat modern untuk merumuskan strategi dijelaskan dengan detail, peran pengurus atau dewan direksi juga menjadi perhatian untuk dibahas.

## (2) Implementasi Strategi

Implementasi Strategi Secara umum, implementasi strategi adalah langkah kedua setelah perencanaan strategik, implementasi diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan perencanaan strategik atau implementasi dari strategi-strategi yang dipilih di perencanaan. Proses ini penting untuk dapat menerjemahkan perencanaan strategi dalam bentuk program dan kebijakan-kebijakan yang mengarah untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.<sup>39</sup>

### **b). Manfaat Manajemen Strategi**

Manfaat paling tinggi bagi perusahaan yang melakukan tahapan manajemen strategis ditunjukkan hampir 50 perusahaan di berbagai negara dan industri yang telah di survei, yaitu :

- a. Visi strategis perusahaan yang jelas memberikan arah strategis perusahaan lebih efektif mencapai tujuan.
- b. Fokus lebih tajam pada apa yang penting dilakukan secara strategis.
- c. Pemahaman yang lebih baik tentang perubahan lingkungan yang cepat.

---

<sup>39</sup> Rahmatullah, Prinsip Implementasi Manajemen Strategik dalam Perspektif Islam. Jurnal Qolamuna, Volume 3 Nomor 2 Februari 2018

Strategi bersaing yang efektif dapat dilakukan oleh bank dengan cara mengenali dan menilai pesaing utama, menilai tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan mereka serta pola reaksinya, kemudian bank harus memilih pesaing utama yang akan diserang atau dihindari, dengan cara ini bank dapat menemukan bidang-bidang keunggulan bersaing potensial dan kekurangannya. hal-hal yang harus diperlukan dalam bank di dalam menganalisis pesaing yaitu:

- a. Mengenali Pesaing, Bank dapat mengenali pesaingnya dari sudut pandang industri dan bank harus memahami pola persaingan dalam industrinya bila berharap dapat menjadi pemain efektif dalam industri tersebut. Dari sudut pandangan pasar, bank dapat pula mengenali pesaingnya. Di sini mereka menetapkan pesaing sebagai bank yang mencoba memuaskan kebutuhan nasabah yang sama.
- b. Memastikan Tujuan Pesaing, Setelah bank pesaing utama maka pertanyaan selanjutnya adalah, apa yang menjadi tujuan pesaing? apakah ingin memaksimalkan laba? bank harus mengetahui strategi apa yang digunakan pesaing untuk merealisasikan tujuan tersebut. Bank harus pula memantau tujuan utama pesaing ingin memasuki segmen pasar yang sudah dilayani bank.
- c. Mengenali Strategi Pesaing Pada setiap industry, pesaing dapat dibagi kedalam kelompok yang menjalankan strategi berbeda. Kelompok strategi adalah perusahaan atau bank dalam satu industry yang menempuh strategi yang sama atau serupa di suatu pasar sasaran. Bank perlu meneliti semua dimensi yang membedakan sekelompok strategi dalam industry perbankan, bank harus mengetahui mutu, sifat dan bauran produk atau jasa bunga, banyaknya kantor cabang dan lokasinya, kualitas tenaga penjual dan promosi yang digunakan pesaing. Demikian juga program riset dan informasi pemasaran pesaing strategi keuangan yang digunakan pesaing.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Sumarni Murti, Manajemen Pemasaran Bank (Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 362

- d. Menilai Kekuatan Dan Kelemahan Pesaing Bank dapat belajar dari data sekunder untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing atau dapat pula dari pengalaman pribadi serta lewat riset pemasaran. Kini banyak bisnis yang memakai benchmarking (penetapan tolok ukur), membandingkan produk atau jasa terhadap produk atau jasa pesaing atau industri terkemuka lain untuk memperbaiki mutu dan kinerja.
- e. Memperkirakan Reaksi Pesaing Bank ingin mengetahui pula: apa yang akan dilakukan pesaing? manajemen harus mengetahui bahwa, reaksi setiap pesaing berbeda ada yang tidak bereaksi cepat terhadap gerakan persaingan. dalam industry tertentu, para pesaing hidup relative dalam harmoni. Mengetahui bagaimana pesaing utama bereaksi merupakan petunjuk terbaik bagi bank untuk mengetahui besarnya manfaat untuk menyerang pesaing atau sebaiknya mempertahankan porsi bank saat ini.
- f. Memilih Pesaing Untuk Diserang Dan Dihindari Suatu alat yang bermanfaat untuk menilai kekuatan dan kelemahan pesaing adalah analisis nilai pelanggan (customer value analysis). Tujuan analisis ini adalah menetapkan manfaat yang dinilai tinggi oleh nasabah sasaran dan bagaimana menghargai nilai relatif dan berbagai tawaran bank pesaing. Hal pertama yang harus dilakukan oleh bank adalah mengenali sifat-sifat utama yang dinilai tinggi oleh nasabah dan peringkatnya di mata nasabah. Kemudian bank harus menilai kinerja pesaing pada sifat-sifat utama yang dinilai tinggi oleh nasabah dan peringkatnya di mata nasabah. Kemudian bank harus menilai kinerja pesaing pada sifat-sifat yang dihargai tersebut.<sup>41</sup>

Agar dapat menyusun strategi yang konseptual maka penyusun strategi dituntut memiliki keahlian-keahlian sebagai penyusun strategi sebagai berikut:

  - a. Identifikasi, Identifikasi adalah proses analisis yang penting. Identifikasi adalah proses analisis yang cermat untuk

---

<sup>41</sup>Ibid., h. 365

menjamin bahwa semua faktor yang mempengaruhi strategi telah dipertimbangkan. Lebih penting lagi, proses identifikasi menentukan parameter-parameter untuk memulai analisis strategi.<sup>42</sup>

- b. Prediksi, Prediksi, khususnya terhadap peramalan strategi, memerlukan keahlian mempertimbangkan masa depan. Masa depan tidak dapat diidentifikasi tetapi harus diprediksi.
- c. Inovasi, Inovasi Dalam konteks lingkungan dan sumber-sumber perusahaan, penyusun strategi harus menyelidiki pilihan-pilihan strategi seluas-luasnya tetapi masih dalam kemampuan perusahaan.
- d. Evaluasi, Setelah identifikasi, prediksi dan inovasi, maka evaluasi atau pengujian konsistensi. Evaluasi tidak hanya melibatkan instrument logis tetapi dalam realitasnya memerlukan juga analisis dan pertimbangan. Dalam kerangka kerja dinamis perumusan strategi, evaluasi mempertemukan tidak hanya lingkungan dan sumber-sumber saat sekarang tetapi juga prediksi kondisi eksternal dan internal masa depan.
- e. Pembuatan Keputusan, Pembuatan keputusan berhubungan dengan pemilihan strategi. Alternatif strategi yang disusun dengan keahlian inovasi atau diuji konsistensinya agar dapat dibuat keputusan pemilihan strategi. Masa depan yang tidak pasti juga mengakibatkan pembuatan keputusan mengandung risiko.

### **3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)**

#### **1) Pengertian BPRS**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan Bank Perkreditan Rakyat yang dalam kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip Syariah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sangat berkembang dan sudah banyak berdiri di Indonesia. Dalam UU Pasal 1 No. 21 Tahun 2008

---

<sup>42</sup> Muhammad Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 56



mengatakan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah Bank Syariah yang pada kegiatannya tidak memberikan jasa dalam kegiatan transaksi pembiayaan. Sedangkan pada UU Pasal 2 No. 21 Tahun 2008 mengatakan bahkan perbankan Syariah dalam kegiatan operasionalnya berlandaskan pada prinsip Syariah, prinsip kehati-hatian, dan demokrasi ekonomi.

Pada umumnya, kegiatan operasional Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) hampir sama dengan Bank Umum Syariah yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan kegiatan di bidang jasa lainnya. Perbedaannya yaitu dalam Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tidak diperbolehkan memberikan jasa pada kegiatan transaksi pembayaran seperti kegiatan kliring, menerbitkan giro, dan inkaso. Konsep dasar dalam operasional Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah menjalankan kegiatan usahanya dengan memakai akad muamalah, misalnya seperti wadiah, mudharabah, bai' u bithhamaan ajil, ijarah, dan fee atau jasa.<sup>43</sup>

Adanya BPRS merupakan tuntunan bermuamalah, dimana Bank Pembiayaan Rakyat Syariah juga beroperasi layaknya bank-bank syariah yang telah ada. Pada umumnya bank-bank syariah lainnya juga melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat luas. Hanya saja bank ikut serta dalam memberikan jasa lalu lintas pembayaran seperti tidak melayani transfer, kliring dan lain sebagainya. Lembaga keuangan akan menjadi sangat penting ketika tugas pokok bank pembiayaan seperti BPRS contohnya melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat yang memerlukannya.

## 2) Landasan Hukum

Pada dasarnya, pendirian bank syariah mempunyai tujuan yang utama. Yang pertama yaitu menghindari riba dan yang kedua yaitu mengamalkan

---

<sup>43</sup>Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 93

prinsip-prinsip syariah dalam perbankan. Dalam Al-qur'an, beberapa ayat yang menyimpang tentang pelarangan riba yaitu terdapat dalam QS. Ar-Rum: 39 yang berbunyi:

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيرْبُوا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا  
عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ

فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضَعِفُونَ

Artinya: “Dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”.<sup>44</sup>

### 3) Prinsip-Prinsip dan Tujuan BPRS

Bank pembiayaan rakyat syariah merupakan salah satu lembaga keuangan perbankan syariah yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah atau muamalah islam. Menurut Andi Soemitra dalam bukunya bank dan lembaga keuangan syariah, menuliskan bahwa prinsip-prinsip lembaga keuangan syariah yaitu:

a. Bebas, yaitu bebas dari maysir, gharar, haram, riba dan batil. Maysir (Spekulasi); secara bahasa maknanya jadi umum, mengundi nasib dan setiap kegiatan yang sifatnya untung-untungan (spekulasi). Maksudnya lembaga keuangan syariah harus bebas dari maysir atau judi. Gharar adalah sesuatu yang memperdayakan manusia didalam bentuk harta, kemegahan, jabatan, syahwat (keinginan), dan lainnya. Haram; secara bahasa berarti larangan dan penegasan. Larangan bisa timbul karena beberapa kemungkinan, yaitu larangan oleh Tuhan dan bisa juga adanya pertimbangan akal.

<sup>44</sup> [tafsirweb.com/1561-surat- Ar Rum \[39\]-.html](http://tafsirweb.com/1561-surat- Ar Rum [39]-.html)

Riba adalah tambahan yang disyaratkan dalam transaksi bisnis tanpa adanya pendanaan (iwad) yang di benarkan syariah atas penambahan tersebut. Batil; secara bahasa artinya batal, tidak sah dalam aktivitas jual beli, Allah menegaskan manusia dilarang mengambil harta dengan cara yang batil.

b. Menjalankan bisnis dan aktifitasnya perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut syariah.

c. Menyalurkan zakat, infak, dan sedekah.

Sedangkan tujuan BPRS yaitu:

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang ada pada umumnya.
2. Menambah lapangan kerja terutama ditingkat kecamatan, sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.
3. Membina semangat ukhuwah Islamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai.
4. BPR Syariah tidak bersifat menunggu terhadap datangnya permintaan fasilitas, melainkan bersifat aktif dengan melakukan sosialisasi atau penelitian kepada usaha-usaha yang berskala kecil yang perlu di bantu tambahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang baik.
5. BPR Syariah memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya jangka pendek dengan mengutamakan usaha skala menengah dan kecil.
6. BPR Syariah mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan serta tingkat kompetitifnya produk yang akan diberi pembiayaan.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Kurniawan, Muhammad. 2021. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori dan Aplikasi). Jawa Barat: Penerbit Adab

#### 4) Konsep Dasar Operasional BPRS

Konsep dasar operasional BPRS, sama dengan konsep dasar operasional pada Bank Muamalat Indonesia yaitu:

- a. Sistem Simpanan Murni (Al-wadi'ah)
- b. Sistem bagi hasil
- c. Sistem jual beli dan margin keuntungan
- d. Sistem sewa
- e. Sistem upah (fee)

Konsep dasar operasional BPRS adalah sama dengan Bank Muamalat Indonesia karena masih dalam satu naungan yaitu pengacu pada prinsip syariah atau prinsip ekonomi Islam. BPRS juga memiliki konsep seperti Al-Wadi'ah, bagi hasil, jual beli dan margin keuntungan, sewa dan upah. Al-Wadi'ah merupakan simpanan murni dalam transaksinya nasab tidak akan mendapatkan suatu bagi hasil dari BPRS, karena al-wadi'ah merupakan titipan murni yang dititipkan oleh nasabah kepada BPRS, yang dapat diambil oleh nasabah kapanpun nasabah ingin mengambilnya.

Sistem bagi hasil merupakan dimana sebuah sistem bagi hasil atas keuntungan yang diperoleh nasabah peminjam yang sesuai dengan kesepakatan antara nasabah peminjam dan BPRS, yang telah melakukan akad dan persetujuan berupa nisbah yang akan diperoleh BPRS yang kemudian nasabah penyimpan akan memperoleh juga bagi hasil tersebut dari BPRS. Jual beli ini pada BPRS dinamakan murabahah. Murabahah merupakan jual beli yang dimana harga jualnya terdiri harga pokok dan keuntungan yang telah disepakati oleh nasabah yang melakukan murabahah dan BPRS, dan keuntungan tersebut menjadi milik BPRS itu sendiri. Sewa dalam istilah perbankan syariah adalah Ijarah, Ijarah merupakan pemindahan hak guna suatu barang dan jasa melalui upah sewa tanpa diikuti hak kepemilikan atas barang itu sendiri.

Kegiatan-kegiatan operasional BPRS adalah sebagai berikut:

1. Mobilisasi dana masyarakat dalam berbagai bentuk seperti menerima simpanan wadi'ah, menyediakan fasilitas tabungan, dan deposito berjangka. Dengan adanya produk yang terdapat BPRS seperti wadi'ah, tabungan dan deposito berjangka. Masyarakat dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang ada pada BPRS seperti simpanan wadi'ah, nasabah dapat menyimpandannya pada BPRS tetapi sistem wadi'ah ini tidak menggunakan sistem bagi hasil, karena wadi'ah hanya sebatas bentuk simpanan yang bersifat titipan. Lain halnya dengan tabungan akan memperoleh bagi hasil perbulannya namun deposito akan mendapatkan bagi hasil berdasarkan jangka waktu deposito per 3 bulan atau 6 bulanan dan sebagainya sesuai dengan jangka deposito yang digunakan oleh nasabah.

## 2. Penyaluran Dana

### a) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan Mudharabah adalah suatu perjanjian antara BPRS dengan pengusaha, dimana pihak BPRS menyediakan pembiayaan modal usaha atau proyek yang dikelola oleh pihak pengusaha, atas dasar perjanjian bagi hasil.<sup>46</sup>

Pembiayaan Mudharabah termasuk pembiayaan bersifat produktif, nasabah melakukan pembiayaan mudharabah untuk menjalankan suatu usaha. Pembiayaan ini memiliki resiko lebih tinggi dibandingkan dengan pembiayaan lainnya karena pembiayaan mudharabah ini, modal keseluruhan adalah milik BPRS sepenuhnya dan nasabah hanya sebagai pengelola dan apabila terjadi kerugian yang disebabkan bukan karena kelalaian pengelola dan apabila terjadi kerugian yang disebabkan bukan karena kelalaian pengelola maka akan ditanggung sepenuhnya oleh pemilik dana, hal ini yang menyebabkan tingginya mikro pembiayaan mudharabah.

---

<sup>46</sup>Ibid, h. 132

#### b) Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan musyarakah adalah suatu perjanjian antara BPRS dengan pengusaha, dimana pihak BPRS maupun pihak pengusaha secara bersama membiayai suatu usaha atau proyek yang dikelola secara bersama pula, atas dasar bagi hasil sesuai dengan penyertaan.<sup>47</sup> Pembiayaan ini merupakan pembiayaan pengkosian yaitu adanya kemitraan antara BPRS dan nasabah. Bagi hasil yang didapatkan akan dibagikan sesuai porsi modal masing-masing dalam penyertaan pada suatu usaha yang dibiayai tersebut.

#### c) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah suatu perjanjian yang disepakati antara BPRS dengan nasabah, dimana BPRS menyediakan pembiayaan bahan baku atau modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah, yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual bank (harga jual bank plus margin keuntungan pada saat jatuh tempo).<sup>48</sup> Pembiayaan murabahah ini merupakan pembiayaan dengan sistem jual beli, yang harga jual ditambah dengan keuntungan yang disepakati diawal. Pada pembiayaan ini, BPRS sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Disini BPRS bertindak sebagai penjual yang mengadakan barang yang dibutuhkan oleh nasabah sesuai dengan keinginan nasabah.

#### d) Pembiayaan Istishna

Pembiayaan istishna adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli) dan penjual (pembuat).<sup>49</sup> Pembiayaan istishna ini, nasabah memesan barang ketika barang yang telah dipesan sudah selesai dibuat maka pembayaran akan dilakukan setelah barang sudah ada.

---

<sup>47</sup> Ibid

<sup>48</sup> Ibid

<sup>49</sup> Adiwarman A Karim, Bank Islam, (Jakarta: Rajawali Press, 2006), h. 126

e) Pembiayaan Ijarah

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (ownership/milikiyah) atas barang itu.<sup>50</sup> Pembiayaan ini merupakan pembiayaan yang bersifat sewa menyewa yang hanya bias memanfaatkan suatu barang atau jasa tanpa adanya kepemilikan lebih lanjut. Nasabah boleh memanfaatkan manfaat barang atau jasa yang disewanya, setelah masa jatuh tempo telah habis nasabah harus mengembalikannya pada pemiliknya.

f) Pembiayaan Salam

Salam adalah pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka.<sup>51</sup>

#### 4. Analisis SWOT

##### 1) Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing.

Menurut Robinson dan Pearce, Analisis SWOT adalah cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Menurut Rachmat, analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin dihadapi oleh organisasi.

---

<sup>50</sup> Ibid h.136

<sup>51</sup> Ibid

Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman(threats).

Menurut Ferrel dan Harline, analisis SWOT adalah cara atau metode untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Menurut Kotler analisis SWOT Adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Menurut Fahmi, penerapan SWOT pada perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT Dapat dijadikan sebagai perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Tujuan lain diperlakukannya analisis SWOT adalah dimana setiap produk yang ditawarkan pasti akan mengalami pasang surut atau yang lebih dikenal dengan istilah daur hidup produk (lifecycle product).

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Dalam Siagian, SWOT merupakan akronim dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan) *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam tubuh suatu organisasi atau dalam arti faktor lingkungan internal sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi organisasi atau dalam arti faktor lingkungan eksternal. Penjelasan mengenai SWOT adalah sebagai berikut:



**a. *Strengths* (Kekuatan)**

Faktor kekuatan adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilihan keunggulan komparatif oleh organisasi. Perlu diperhatikan dalam hal apa organisasi telah berhasil. Apabila keberhasilan tersebut telah diketahui, perlu diidentifikasi apa karakteristik dari keberhasilan atau sukses tersebut, yaitu apa yang merupakan kekuatan-kekuatan unik organisasi.

**b. *Weakness* (Kelemahan)**

Kelemahan yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Kelemahan yang dirasakan oleh organisasi antara lain lokasi yang jauh dari fasilitas umum, sumber daya seperti kondisi keuangan yang tidak stabil, terbatasnya tenaga terampil, kekurangmampuan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada, kurang disiplin karyawan, pertentangan antar kelompok dan lemahnya kepemimpinan. Salah satu akardari kelemahan organisasi ialah apabila organisasi tidak memiliki tujuan dan sasaran serta struktur organisasi yang tidak teratur.

**c. *Opportunities* (Peluang)**

Definisi sederhana tentang peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang.

**d. *Threats* (Ancaman)**

Pengertian ancaman merupakan kebalikan dari peluang. Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi organisasi untuk masa sekarang maupun di masa depan.

Berdasarkan penjelasan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa analisis SWOT ini mampu menguraikan faktor-faktor seperti faktor S, W, O, dan T sehingga memudahkan

peneliti dalam menganalisis dan memberikan rekomendasi dalam memecahkan masalah.

Analisis SWOT merupakan sebuah analisa yang dicetuskan oleh Albert Humphrey, pada dasawarsa 1960-1970an. SWOT merupakan akronim untuk kata strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), oportunities (peluang), threats (ancaman). Analisis SWOT adalah instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategik, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang timbul

Dalam analisis SWOT ini menganalisis adanya dua faktor lingkungan usaha, dimana lingkungan itu berupa:

- a. Lingkungan eksternal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi atau perusahaan tidak mempunyai kemampuan atau sedikit kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhinya.

Berdasarkan buku Fredy Rangkuti indikator faktor eksternal adalah:

- 1) Analisis pasar
- 2) Analisis competitor
- 3) Analisis komunitas
- 4) Analisis pemerintah

- b. Lingkungan internal perlu dianalisis sehingga dapat diantisipasi pengaruhnya terhadap perusahaan. Lingkungan internal tersebut nantinya akan memunculkan kelemahan dan juga kekuatan dari perusahaan. Analisis lingkungan internal dapat dilakukan dengan menggunakan matrik EFI (Evaluasi Faktor internal).<sup>52</sup>

Sedangkan indicator pada faktor internal yaitu:

---

<sup>52</sup>Heri Sudarsono, bank dan lembaga keuangan syariah, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003)

- 1) Keuangan
- 2) SDM
- 3) Kegiatan operasional
- 4) Kegiatan pemasaran

#### a. Matriks IFAS & EFAS

##### 1) *Matriks Internal Strategic Factors Analysis Summary* (Analisis Faktor Strategi Internal)

IFAS merupakan kesimpulan analisis faktor internal terkait dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan yang bisa memengaruhi keberlangsungan perusahaan. Data yang berasal dari internal bisadiperoleh melalui pengidentifikasian aspek pemasaran, keuangan, sumberdaya, produksi atau operasi, serta sistem informasi.<sup>53</sup>

Tabel 2. 1 Matriks IFAS

<b>Internal Factor</b> (1)	<b>Bobot</b> (2)	<b>Rating</b> (3)	<b>Hasil</b> (4)
<b>Strengths</b>			
1.			
2.			
<b>Weakness</b>			
1.			
2.			
<b>Total</b>			

*Sumber : Wheelen dan Hunger (2003)*

<sup>53</sup> Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI) (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 19-20

Keterangan:

- 1) Pada kolom 1, tentukan factor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan
- 2) Pada kolom 2, berikan bobot tiap-tiap faktor dari 1,00 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting) pada kolom 2 berdasarkan kemungkinan dampak faktor pada posisi strategis perusahaan. Total bobot harus berjumlah 1,00
- 3) Pada kolom 3, berikan rating setiap faktor dari 5,0 (luar biasa) sampai 1,0 (buruk) berdasarkan respons perusahaan terhadap factor tersebut
- 4) Pada kolom 4, kalikan bobot faktor pada kolom 2 dengan rating dikolom 3 untuk mendapatkan nilai factor pembobotan dikolom4
- 5) Terakhir, jumlahkan masing-masing nilai pembobotan dikolom 4 untuk mendapatkan total skor pembobotan.

2) *Matriks External Strategic Factors Analysis Summary* (Analisis Faktor Strategi Eksternal)

Menurut Rangkuti dalam matriks EFAS adalah matriks yang menggambarkan faktor-faktor yang mampu memengaruhi kinerja organisasi atau perusahaan berasal dari eksternal perusahaan atau organisasi yang berupa peluang dan ancaman. Data yang berasal dari internal dapat diperoleh melalui pengidentifikasian aspek lingkungan kerja atau industri, dan lingkungan umum.<sup>54</sup>

Tabel 2. 2 Matriks EFAS

<i>External Factor</i> (1)	<i>Bobot</i> (2)	<i>Rating</i> (3)	<i>Hasil</i> (4)
<i>Opportunities</i> 1. 2.			
<i>Threats</i> 1.			

<sup>54</sup>Pratama, G. N., Wicaksono, A., Bowoputro, H., & Fukuda, D. (2015)

<b>2.</b>			
<b>Total</b>	<b>1</b>		

*Sumber: Wheelen dan Hunger (2003)*

Keterangan:

- 1) Pada kolom 1, tentukan faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan
- 2) Pada kolom 2, berikan bobot tiap-tiap faktor dari 1,00 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting) pada kolom 2 berdasarkan kemungkinan dampak faktor pada posisi strategis perusahaan. Total bobot harus berjumlah 1,00
- 3) Pada kolom 3, berikan rating setiap faktor dari 5,0 (luar biasa) sampai 1,0 (buruk) berdasarkan respons perusahaan terhadap factor tersebut
- 4) Pada kolom 4, kalikan bobot faktor di kolom 2 dengan rating dikolom 3 untuk mendapatkan nilai factor pembobotan dikolom 4
- 5) Terakhir, jumlahkan masing-masing nilai pembobotan dikolom 4 untuk mendapatkan total skor pembobotan.

#### **b. Matriks SWOT**

Matriks SWOT dimanfaatkan guna menyusun berbagai faktor strategis perusahaan, kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan digunakan untuk memanfaatkan dan menghadapi peluang serta ancaman lingkungan eksternal perusahaan (Istiqomah dan Andriyanto, 2018). Analisis SWOT dilakukan melalui perbandingan faktor peluang serta ancaman dengan factor kekuatan serta kelemahan perusahaan<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Adrinoviarini, Widyaningtyas, S., Nanda, R. F., & Hariyadi, S. (2022). Strategi Pemasaran Coffeeshop Boy's Selama

Pandemi Covid-19 dengan Menggunakan Analisis SWOT. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 11(1), 12–19.



Gambar 2. 1 Matriks Kuadran SWOT  
*Sumber : Suci (2015)*

#### Posisi Usaha pada Kuadran:

Adapun hubungan kerja dari tabel diatas adalah:

##### (a) Kuadran 1

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy).

##### (b) Kuadran 2

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

##### (c) Kuadran 3

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah masalah internal perusahaan sehingga dapat

merebut peluang pasar lebih baik.

(d) Kuadran 4

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Berikut rumus penghitungan pada kuadran diagram SWOT

$x = \text{Total Skor Kekuatan (S)} - \text{Total Skor Kelemahan (W)}$

$y = \text{Total Skor Peluang (O)} - \text{Total Skor Ancaman (T)}$

Tabel 2. 3 Tabel Penjelasan Kuadran SWOT

<b>IFAS</b>  <b>EFAS</b>	<b>Strength</b> Tentukan 5-10 faktor yang menjadi kekuatan internal	<b>Weakness</b> Tentukan 5-10 faktor yang menjadi kelemahan internal
<b>Opportunities</b> Tentukan 5-10 faktor yang menjadi kekuatan eksternal	<b>Strategi S-O</b> Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan dan Menggunakan peluang	<b>Strategi W-O</b> Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan Memanfaatkan peluang
<b>Threats</b> Tentukan 5-10 faktor yang menjadi ancaman eksternal	<b>Strategi S-T</b> Menciptakan strategi dengan Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman eksternal	<b>Strategi W-T</b> Menciptakan strategi dengan Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Suci (2015)

Adapun maksud dari matriks di atas adalah :

(a) Strategi SO Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- (b) Strategi ST Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- (c) Strategi WO Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- (d) Strategi WT Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.<sup>56</sup>

## 5. Strategi Bersaing Menurut Perspektif Islam

Dalam bisnis seringkali mengabaikan nilai-nilai Islam karena dalam berbisnis sering menjumpai banyak mitra dan konsumen dimana mereka mempunyai pedoman sendiri dalam berbisnis. Islam memang sangat mengatur hubungan yang kuat antara akhlaq , akidah, ibadah dan muammalat. Aspek muammalah merupakan aturan main bagi manusia dalam menjalankan kehidupan sosial, sekaligus merupakan dasar untuk membangun sistem perekonomian yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Ajaran muammalah akan menahan manusia darai menghalalkan segala cara untuk mencari rezeki. Muammalah mengajarkan manusia untuk mencari rezeki secara halal dan baik.<sup>57</sup>

Kesuksesan Nabi Muhammad saw. dalam melakukan bisnis dilandasi oleh dua hal pokok, yaitu keperibadian yang amanah dan terpercaya, serta pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni. Strategi bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah saw berlandaskan pada prinsip-prinsip yang bersifat universal.<sup>58</sup>

### 1. Jujur

Rasulullah terkenal sebagai orang yang jujur. Mengenai hal ini, ada hadis tentang berdagang yang jujur:

<sup>56</sup>Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Zifatama Publisher.

<sup>57</sup>Riyadi, F. (2015). *Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam*. *Jurnal Bisnis*.3(1).

<sup>58</sup>Hafidhuddin, D. (2003). *Islam Aplikatif*. Jakarta : Gema Insani.



الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَ وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي  
بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَ وَكْتَمَا حُجِّتْ بَرَكَةٌ بَيْنَهُمَا

Artinya: “Orang yang bertransaksi jual beli masing-masing memiliki hak khiyar (membatalkan atau melanjutkan transaksi) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka, maka keduanya akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli, tapi jika keduanya berdusta dan tidak terbuka, maka keberkahan jual beli antara keduanya akan hilang” (HR Muttafaqun Alaihi).

Maksud dari nilai jujur dalam kegiatan pemasaran dapat diwujudkan dengan pemberian informasi yang benar akan produk yang dipasarkan oleh marketer. Tidak ada informasi yang disembunyikan mengenai obyek yang dipasarkan. Tidak mengurangi dan tidak menambahi. Artinya, seseorang yang bekerja sebagai marketer dituntut untuk berkata dan bertindak secara benar, sesuai dengan kondisi riil produk yang ditawarkan. seperti sabda Rasulullah SAW :

“Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para Nabi, para shiddiqin, orang-orang yang mati syahid dalam berperangan, dan orang-orang yang saleh (kelak didalam surga).” (No. 1209, HR. Imam Tirmidzhi).

## 2. Tabligh

Yaitu menyampaikan atau mampu berkomunikasi dengan baik kepada orang lain, cerdas dalam mendelegasikan wewenang, dan memberikan pemahaman kepada orang-orang mengenai kebaikan seperti perintah Nabi SAW:

“Barang siapa yang menunjukkan kepada suatu kebaikan, maka ia akan mendapatkan ganjaran pahala sebagaimana orang yang melakukan kebaikan itu” (H.R Ahmad)

### 3. Amanah

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang yang dipasarkan. Dalam sebuah hadis tentang rasulullah bersabda:

عن عبد الله ابن عمر رضي الله عنه : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ - وَفِي رِوَايَةٍ : مَعَ النَّبِيِّنَ وَالصِّبْيَانِ وَالشُّهَدَاءِ - يَوْمَ الْقِيَامَةِ رواه ابن ماجه و الدارقطني و غير هم

Artinya: “Dari ‘Abdullah bin ‘Umar radhiallahu ‘anhu bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat (nant).”

Nilai amanah bagi pekerja marketing adalah sosok yang jujur dan dapat dipercaya. Bagi perusahaan, sosok pekerja yang amanah akan membawa keuntungan yang besar. Di samping karena mereka tidak akan berbohong, perusahaan akan mendapat keuntungan dari image yang terbangun oleh customer akan ke-amanah-an dari marketer perusahaan tersebut. Sehingga banyak customer yang terpicat oleh sebuah produk atau usaha karena peran sosok marketer yang amanah.

### 4. Istiqomah

Yaitu secara konsisten menerapkan nilai-nilai syariah dalam berbisnis karena hal tersebut juga menjadi cirri khas bagi perusahaan terutama

perbankan syariah. Prinsip-prinsip di atas merupakan keniscayaan bagi pebisnis muslim untuk menerapkan prinsip-prinsip dan strategi strategi untuk mencapai keuntungan dan keberkahan secara bersamaan. Maka dalam Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan namun juga mengharapkan keberkahaan. Namun, untuk mendapatkannya diperlukan kesungguhan, kedisiplinan, keyakinan, yang terus menerus untuk mengaplikasikannya.



## DAFTAR RUJUKAN

### **Buku**

- Freddy Rangkuti. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta

### **Jurnal**

- Adiwarman A Karim, Bank Islam, (Jakarta: Rajawali Press, 2006), h. 126
- A. Riawan Amin, Menggagas Manajemen Syari'ah Teori Dan Praktik The Celestial Management (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 230
- Abdul Muhith, "Sejarah Perbankan Syari'ah," Jurnal Kajian Keislaman Dan Pendidikan Vol. 1 No. (2012), h. 77
- Adrinoviarini, Widyaningtyas, S., Nanda, R. F., & Hariyadi, S. (2022). Strategi Pemasaran Coffeeshop Boy's Selama Pandemi Covid-19 dengan Menggunakan Analisis SWOT. Jurnal Social Economic of Agriculture, 11(1), 12–19.
- Bank Syariah Metro Madani, "Visi & Misi Bank Syariah Metro Madani", Bank Syariah Metro Madani, 2021.
- Fariz Aditiya Pratama, Analisis strategi jempot bola dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPRS Metro Madai Kantor Cabang Jatimulyo, 2019. IAIN Metro
- Fatimah Fajar Nur'aini Dwi. 2020. Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi Yang
- Efektif Dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI) (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 19-20
- Hardani, Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 164.
- Heri Sudarsono, bank dan lembaga keuangan syariah, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003)

- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative.
- Imaniyati, N. S. 2010. *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Mal Wat Tamwil)*. Yogyakarta: PT. Citra Aditya Bakti.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2),363.
- Ivanka Mira Nur Aini, M Ruslianor Maika, (2022). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Volume 5 Nomor 2*
- Kurniawan, Muhammad. 2021. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori dan Aplikasi)*. Jawa Barat: Penerbit Adab
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2016). Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management*, 2(2), 1–8
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis (3rd ed.)*. SAGE Publications, Inc.
- Mislah Hayati Nasution, Sutisna.2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Jurnal Nisbah*. Volume 1 Nomor 1, hlm 65
- Muhammad Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam (Yogyakarta: BPFE, 2004)*, h. 56
- Murzidra, Rahmat. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Produk Pembiayaan Murabahah Untuk Menghadapi Persaingan Antar Bank Syariah*. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung
- Neni Yuniarti, Wawancara dengan Customer Service, BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo, Lampung Selatan, 10 Agustus 2018.
- Nurjanah, N., & Purnama, N. S. (2023). Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah dan Kondisi Makro Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 346-357
- Pahlephi Rully Desthian. 2022. *Kompetitor Adalah: Pengertian, Cara Menganalisis Dan Menghadapinya*
- Pratama, Andry Wahyu, 2022. *Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Dalam Menarik Minat Nasabah*

- (Bank Maslahat Kota Bengkulu). Skripsi. UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu
- Putri, Fevvy Chandra Aulia. 2020. Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Ar-Rahn dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)
- Supriyono RA. 1999. Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis. Yogyakarta: BPFEUGM
- Sri Utari Erman (2015), Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dalam Rangka Memenangkan Persaingan Bsinis Perbankan. Jom FISIP Volume 2 No.2-Oktober 2015. Universitas Riau
- Suci, R. P. (2015). Esensi Manajemen Strategi. Zifatama Publisher.
- Tahwin, M., Maslichan, M., & Suryandani, W. (2019). Model Manajemen Usaha Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Industri Batik Tulis Lasem Kabupaten Rembang. Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi, 14(2), 214–225.
- Umrati, & Wijaya, H. (2020). Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan. Sekolah Tinggi Theologia Jaggray
- Vina Islami, Rani, Syahrir (2022), Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Kompetitif Pada BPR Rama Ganda. Journal of Business and Economics Research (JBE) Vol 3, No 3, Oktober 2022, pp. 382–387
- Warandita Reskhi Lania, Persepsi Masyarakat Tentang Produk Pembiayaan Bank Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah pada BPRS Metro Madani, (Lampung: Skripsi, 2017).
- Zakiyudin Ais. 2013. Teori Praktik Manajemen Sebuah Konsep Yang Aplikatif Disertai Profil Wirausaha Sukses. Jakarta: Mitra Wacana Media

**Skripsi**

Andika, Muhammad. ‘‘Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT AL Muchtar Tour dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam’’. (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020)

Pratama, Fariz Aditiya. ‘‘Analisis Strategi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo’’. (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019)

**Website**

[tafsirweb.com/1561-surat- Ali-Imron \[3\]: 130-.html](http://tafsirweb.com/1561-surat-Ali-Imron [3]: 130-.html)

[tafsirweb.com/1561-surat-Al-Baqarah \(278-280\)-.html](http://tafsirweb.com/1561-surat-Al-Baqarah (278-280)-.html)

[tafsirweb.com/1561-surat-Ar-Rum \(39\)-.html](http://tafsirweb.com/1561-surat-Ar-Rum (39)-.html)



## Lampiran

### Lampiran 1. Pedoman Wawancara

#### A. Pertanyaan wawancara Kepala Cabang BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

Nama : Iwan Yulianto

Usia : 38 Tahun

Jabatan : Kepala Cabang

Tanggal Wawancara: 20 November 2023

Pertanyaan	Sumber
1. Apa saja upaya promosi yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani ? dan siapa yang menjadi target pasar?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
2. Apa keunggulan dari produk/jasa yang ditawarkan	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
3. Apakah bprs memiliki fasilitas yang mumpuni bagi nasabah?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
4. Apa keunggulan bprs dibanding lembaga keuangan lain?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
5. Apa yang menjadi kelemahan bagi bprs ?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
6. Apa yang menjadi permasalahan utama bagi bprs?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
7. Faktor yang menghambat bprs dalam meraih target?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20



	november 2023
8. Bidang/divisi mana yang perlu untuk di tingkatkan?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
9. Peluang/potensi yang dimiliki ?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
10. Menurut anda bagaimana persepsi nasabah terhadap bprs?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
11. Apakah disekitar ada competitor bisnis?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
12. Apa saja dampak dari pesaing baru tersebut?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023
13. Apa saja faktor yang dapat membahayakan bisnis ?	Kepala cabang, Iwan yulianto, wawancara 20 november 2023

**B. Pertanyaan wawancara Kepala Operasional BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**

Nama : Tri Wahyuni

Usia : 37 Tahun

Jabatan : Kepala Operasional

<b>Pertanyaan</b>	<b>Sumber</b>
1. Apa saja produk/jasa yang di tawarkan oleh BPRS ?	Kepala operasional, Tri wahyuni, wawancara 7

	november 2023
2. Kegiatan promosi seperti apa yang dilakukan oleh BPRS?	Kepala operasional, Tri wahyuni, wawancara 7 november 2023
3. Alasan memilih lokasi di jatimulyo?	Kepala operasional, Tri wahyuni, wawancara 7 november 2023
4. Apa kelemahan dari bprs?	Kepala operasional, Tri wahyuni, wawancara 7 november 2023
5. Apakah disekitar lingkup BPRS ada competitor?	Kepala operasional, Tri wahyuni, wawancara 7 november 2023
6. Strategi atau langkah apa yang digunakan bprs untuk bersaing dengan competitor tersebut?	Kepala operasional, Tri wahyuni, wawancara 7 november 2023
7. Bagaimana dengan harga yang ditawarkan oleh bprs?	Kepala operasional, Tri wahyuni, wawancara 7 november 2023

### C. Daftar pertanyaan wawancara nasabah 1

Nama : Ibu Robingah

Usia : 45 Tahun

Tanggal Wawancara : 21 November 2023

Pertanyaan	Sumber
1. Darimana anda mengetahui BPRS Metro Madani ?	Nasabah, Robingah, wawancara 21 November 2023
2. Menurut anda bagaimana kualitas pelayanan di BPRS Metro Madani?	Nasabah, Robingah, wawancara 21 November 2023
3. Apakah alasan anda memilih BPRS Metro Madani?	Nasabah, Robingah, wawancara 21 November 2023
4. Menurut anda apa keunggulan BPRS Metro Madani dibanding lembaga keuangan lain?	Nasabah, Robingah, wawancara 21 November 2023
5. Apakah BPRS Metro Madani memenuhi komitmen Kepada anda?	Nasabah, Robingah, wawancara 21 November 2023
6. Adakah kendala selama anda menjadi nasabah?	Nasabah, Robingah, wawancara 21 November 2023
7. Apakah anda pernah mengajukan keluhan terhadap BPRS?	Nasabah, Robingah, wawancara 21 November 2023
8. Menurut anda apa kelemahan BPRS ?	Nasabah, Robingah, wawancara 21

	November 2023
9. Apabila ada lembaga keuangan sejenis yang menawarkan produk sejenis apakah anda akan berpindah?	Nasabah, Robingah, wawancara 21 November 2023
10. Apakah BPRS pernah menawarkan produk lain kepada anda secara langsung? Dan apakah anda tertarik?	Nasabah, Robingah, wawancara 21 November 2023

## Lampiran 2. Dokumentasi







**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131  
 Telp (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B- *P/67* / Un.16/P1/KT/II/2024

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
 NIP : 197308291998031003  
 Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Karya Ilmiah Dengan Judul :

**ANALISIS STRATEGI BERSAING BPRS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
 MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT (Studi Pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo)**  
 Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
FADHILAH LAELA SYARIFAH	1951020076	FEBI/ PS

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 14 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir .

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Bandar Lampung, 27 Februari 2024  
 Kepala Pusat Perpustakaan



Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
 NIP.197308291998031003

**Ket:**

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository.
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

## ANALISIS STRATEGI BERSAING BPRS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT (Studi Pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo)

### ORIGINALITY REPORT

**14%**

SIMILARITY INDEX

**7%**

INTERNET SOURCES

**9%**

PUBLICATIONS

**12%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<b>2%</b>
<b>2</b>	Submitted to Garrison Forest High School Student Paper	<b>1%</b>
<b>3</b>	Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung Student Paper	<b>1%</b>
<b>4</b>	Submitted to Brookdale Community College Student Paper	<b>1%</b>
<b>5</b>	Submitted to Universitas Sam Ratulangi Student Paper	<b>1%</b>
<b>6</b>	Submitted to Universitas Kristen Satya Wacana Student Paper	<b>1%</b>
<b>7</b>	Mokhamad Faisol, M Ilham Wahyudi. "Strategi Pemasaran Jemput Bola dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Tabungan", DIES: Journal Of Dalwa Islamic Economic Studies, 2023 Publication	<b>1%</b>
<b>8</b>	Abdul Wahid Mongkito. "Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi : Eks MTQ Kota Kendari)", Robust: Research of Business and Economics Studies, 2022 Publication	<b>1%</b>

9	Aswan Nawawi Harahap, Marliyah Marliyah, Tuti Anggraini. "Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah pada Produk Cilik Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah: Studi Kasus BSI KCP. Medan Marelan", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2024 Publication	1%
10	Syamsu Nujum, Zainuddin Rahman. "PENGARUH INVESTASI DAN INFLASI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA MAKASSAR", JURNAL ECONOMIC RESOURCE, 2019 Publication	<1%
11	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1%
12	Submitted to University of Suffolk Student Paper	<1%
13	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1%
14	Hotden Leonardo Nainggolan, Johndikson Aritonang, Albina Ginting, Maria R. Sihotang, Memo Alta Putra Gea. "ANALISIS DAN STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN NELAYAN TRADISONAL DI KAWASAN PESIRIR KABUPATEN SERDANG BEDAGAI SUMATERA UTARA", Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 2021 Publication	<1%
15	Dio Febrian Pratama, Suprihatin Ali, Hani Damayanti Aprilia. "ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PECEL LELE DI KOTA BANDAR LAMPUNG", Jurnal Perspektif Bisnis, 2022 Publication	<1%



16	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	<1 %
17	Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah Student Paper	<1 %
18	Dessy Anggraini, Neneng Sudharyati. "PELUANG DAN TANTANGAN AGEN ASURANSI DALAM MENINGKATKAN NASABAH ASURANSI SYARIAH (STUDI PADA PT. PRUDENTIAL SYARIAH CABANG JAMBI)", Manajemen Keuangan Syariah, 2023 Publication	<1 %
19	Oldri O. Pantas, Paulus Kindangen, Tri Oldy Rotinsulu. "ANALISIS PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAERAH DAN BELANJA MODAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DAN PENURUNAN KEMISKINAN DI SULAWESI UTARA", JURNAL PEMBANGUNAN EKONOMI DAN KEUANGAN DAERAH, 2019 Publication	<1 %
20	Elvin Bastian, Muhamad Fakhruddin, Widya Nur Bhakti Pertiwi. "Development Strategy Group Craftsman in Serang", Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research, 2022 Publication	<1 %
21	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
22	Rizka Awaliya Nur Azizah, Agung Abdullah. "Analisis Pengetahuan Generasi Milenial Non Muslim Terhadap Bank Syariah di Kota Solo", Indonesian Journal of Islamic Economics and Business, 2023 Publication	<1 %

23	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	<1 %
24	Eugenius Vivaldy, Imelda W. J. Ogi, Debry Ch. A. Lintong. "MARKETING STRATEGY IN INCREASING HOUSING SALES VOLUME AT PT. ELFANDO BERSAUDARA SENTOSA IN NORTH MINAHASA", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023 Publication	<1 %
25	Submitted to Universitas Pakuan Student Paper	<1 %
26	Ahmad Saifi Athoillah, Muhammad Firdaus, Bunasor Sanim. "Strategi Bersaing Perusahaan Taksi Dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan", Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2019 Publication	<1 %
27	Submitted to Dongguk University Student Paper	<1 %
28	Submitted to UIN Walisongo Student Paper	<1 %
29	Submitted to IAIN Salatiga Student Paper	<1 %
30	Submitted to University of North Carolina, Greensboro Student Paper	<1 %

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 5 words