

**STRATEGI BPRS ADAM BENGKULU DALAM MEMASUKI
PERSAINGAN DUNIA PERBANKAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
dalam Ilmu Perbankan Syari'ah**



OLEH :

AGUS RAHMAT

NIM 14631135

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) CURUP**

2021

Hal : Peninjauan Skripsi

Kepada Yth,
Rektor IAIN Curup

Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Agus Rahmat (14631135) mahasiswa IAIN Curup yang berjudul : **STRATEGI BPRS ADAM BENGKULU DALAM MEMASUKI PERSAINGAN DUNIA PERBANKAN** sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan, terima kasih.

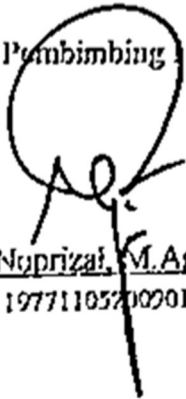
Wassalamu'alaikum Wr. Wb


Curup, Februari 2021

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Noprizal, M. Ag
NIP. 197711052002011607


Sineba Arli Silvia, M.E
NIP.

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Rahmat
NIM : 14631135
Jurusan : Perbankan Syariah (PS)
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul : Strategi BPRS Adam Bengkulu dalam Memasuki
Persaingan Dunia Perbankan

Dengan ini menyatakan bahwa-dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu untuk dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Februari 2021

Penulis



Agus Rahmat
Nim 14631135



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. A.K. Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21789 Fax 21010 Kode Pos 39119
Website: facebook - fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas syariah@ekonomiiaicurup@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA
Nomor : **735** /In.34/FS/PP.00.9/09/2021

Nama : Agus Rahmat
NIM : 14631135
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi BPRS Adam Bengkulu dalam Memasuki Persaingan Dunia Perbankan

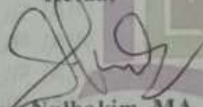
Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Senin, 30 Agustus 2021
Pukul : 08.00-09.30 WIB
Tempat : Ruang 3 Gedung Munaqasyah FSEI IAIN Curup


Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

TIM PENGUJI


Ketua,


Ihsan Nulhakim, MA
NIP. 19740212 199903 1 002

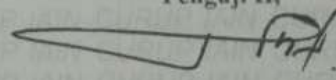
Sekretaris,


Rahman Arifin, ME
NIP. 1988 1221 201903 1 009

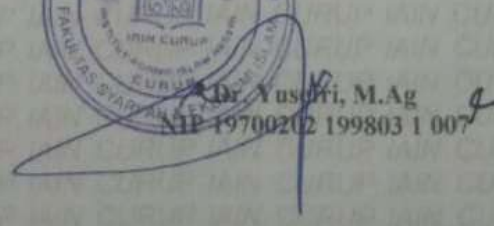
Penguji I,


Hendrianto, MA
NIDN: 202168701

Penguji II,


Ahmad Danu Syahputra
NIP. 1989 0424 201903 1 011

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam


Dr. Yusufi, M.Ag
NIP. 19700202 199803 1 007

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan serta kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Shalawat beserta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya, berkat beliau pada saat ini kita dapat menikmati zaman yang penuh dengan rahmat dan ilmu pengetahuan.

Karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini penulis susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Perbankan Syariah.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, maka tidaklah mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor IAIN Curup Bapak Dr. Rahmat Hidayat, M.Ag. M.Pd dan segenap Jajarannya.
2. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah.
4. Bapak Noprizal, M.Ag selaku Pembimbing I.
5. Ibu Sineba Arli Silvia, M.E selaku Pembimbing II.
6. Bapak Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd, MM selaku Pembimbing Akademik.
7. Civitas IAIN Curup beserta Jajarannya yang telah memberi izin bagi penulis untuk melakukan penelitian dan menyelesaikan karya ilmiah ini.

8. Teman-teman Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah.

Akhir kata, semoga segala peran dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlipat ganda. Besar harapan penulis, kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Aamiin Ya Rabbal Alamin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Curup, Februari 2021

Penulis



Agus Rahima
NIM 14631135

MOTO

Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada
Kemudahan. (QS. Al-Insyirah : 6)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah,

Dengan menyebut nama Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya kepada seluruh umat manusia di alam semesta. Sehingga saya sempat merasakan pahit manisnya menuntut ilmu. Sejatinya ilmu, semacam benda berharga yang tidak dapat diperoleh dengan mudah. Sebab, ilmu harus diusahakan, dipikirkan, dipelajari dan memerlukan pengorbanan serta wajib diiringi dengan doa. Oleh karena itu, skripsi ini saya persembahkan pada orang-orang saya sayangi dan cintai:

1. Teristimewa untuk ayahanda Sarkum dan Ibunda Royati (almh), yang telah merawat saya dengan penuh cinta dan kasih, yang selalu bekerja keras, dan yang senantiasa selalu berdoa demi kesuksesan anakmu ini. Terima kasih Ayah. Terima kasih Ibu.
2. Untuk para penyemangat, Elma, Teh Nia, Ce Ana, Ak Adi serta keluarga yang lainnya yang telah mengorbankan banyak waktu, tenaga, serta pikiran.
3. Untuk teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2014.
4. Untuk Agama, Bangsa dan Almamater IAIN Curup.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR	v
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kajian Literatur	8
G. Definisi Operasional	11
H. Metode Penelitian	13
I. Sistematika Penulisan	15

BAB II KAJIAN TEORI

A. Strategi Lembaga Keuangan	17
1. Pengertian Strategi.....	17
2. Macam-macam Strategi.....	18
3. Faktor yang Mempengaruhi Strategi.....	24
B. Persaingan Lembaga Keuangan	29
1. Pengertian Persaingan Bisnis.....	29
2. Macam-macam Persaingan Bisnis.....	31
3. Faktor yang Mempengaruhi Persaingan Bisnis.....	33
4. Aspek-aspek Persaingan.....	35
5. Etika Bisnis dalam Islam.....	38

C. Lembaga Keuangan Syariah	39
1. Pengertian Lembaga Keuangan Syariah.....	39
2. Dasar Hukum Lembaga Keuangan Syariah	41
3. Macam-macam Lembaga Keuangan Syariah	42
D. Kerangka Berpikir.....	44
 BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu	45
B. Visi dan Misi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu	45
C. Produk-Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu	46
D. Denah Lokasi	49
E. Profil Informan.....	49
F. Struktur Organisasi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu	50
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	
A. Faktor Pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu.....	51
B. Strategi Pengembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu....	55
C. Prioritas Strategi Bersaing Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu	65
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
 DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pikir	44
Gambar 3. 1 Denah Lokasi BPRS Adam Bengkulu	48
Gambar 3. 2 Rapat Umum Pemegang Saham.....	50
Gambar 4. 1 Logo BPRS Adam.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap	4
Tabel 1.2 Data Pertumbuhan Bank Syariah Satuan Miliar Rupiah.....	5
Tabel 1.3 Grafik Pertumbuhan Perbankan Syariah Berdasarkan Rata-Rata Total Asset.....	5
Tabel 3. 1 Profil Informan.....	49

ABSTRAK

STRATEGI BPRS ADAM BENGKULU DALAM MEMASUKI PERSAINGAN DUNIA PERBANKAN

Oleh : Agus Rahmat

Persaingan antar bank sekarang semakin ketat. Tumbuh dan berkembangnya bank tidak hanya ditandai dengan banyaknya kantor cabang yang dibuka tetapi dapat dilihat dari munculnya produk-produk baru dengan segala macam atribut yang dimiliki oleh setiap bank. Perbankan pada saat ini dituntut untuk semakin meningkatkan pelayanannya karena nasabah semakin meningkat mobilitas dan kebutuhannya.

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif, merupakan proses penelitian yang berkesinambungan sehingga tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, melalui literatur kepustakaan, buku-buku, jurnal dan sumber lainnya yang relevan dengan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : *Pertama*, faktor internal pendirian BPRS Adam adalah keinginan diri sendiri, sedangkan faktor eksternal yaitu, 1) menanggulangi inflansi, 2) keinginan menanggulangi tengkulak, 3) perkembangan zaman dan teknologi, 4) kebutuhan sosial atau masyarakat dan 5) UMKM. *Kedua*, strategi mengembangkan BPRS Adam yaitu, 1) menentukan logo dan moto, 2) menentukan strategi produk, 3) menentukan harga, 4)menentukan lokasi dan *layout*, 5) strategi promosi, 6) strategi pengembangan. *Ketiga*, prioritas strategi bersaing BPRS Adam yaitu, 1) menjalankan prinsip syariah, 2) menyesuaikan kondisi ekonomi dan pasar.

Kata Kunci : *Strategi, Persaingan, Perbankan Syariah*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Elemen dalam pembangunan negeri salah satunya adalah di sektor keuangan terutama industri perbankan. Saat ini, bersama dengan pertumbuhan era yang sangat maju serta pesat zona perekonomian sangat memiliki perananan berarti dalam perkembangan ekonomi, serta zona ekonomi dijadikan sebagai tolak ukur kemakmuran suatu negeri. Perkembangan perbankan pun ikut merangkak pesat pertumbuhannya, teruji dengan terdapatnya sistem yang dahulu nasabah cuma tertarik pada perbankan konvensional, saat ini nasabah perbankan syariah juga tidak kalah nasabahnya dengan perbankan konvensional terutama di Indonesia.¹

Perbankan syariah berkembang di Indonesia sejak tahun 1992 dan di tahun inilah dimulainya operasional BANK Muamalah Indonesia (BMI) berlandaskan diberlakukannya Undang-undang Perbankan Syariah Nomor 7 pada Tahun 1992 memuat tentang Perbankan Syariah.²

Pada Desember 2003 terdapat 2 Bank umum Syariah dan 8 Unit Usaha Syariah. Industri perbankan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir. Industri ini menjadi lebih kompetitif karena deregulasi peraturan. Bank syariah diharapkan dapat berpengaruh terhadap suatu sistem ekonomi Islam yang menjadi keinginan bagi setiap negara Islam. Kehadiran bank syariah

¹ Galvan Yudhistira, <https://keuangan.kontan.id/news/ojk-jumlah-bank-saat-ini-116-di-indonesia>, diakses pada tanggal 20 September 2020

² Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan

diharapkan dapat memberikan alternatif bagi masyarakat dalam memanfaatkan jasa perbankan yang selama ini masih didominasi oleh sistem bunga .

Saat ini, bank memiliki fleksibilitas pada layanan yang mereka tawarkan, lokasi tempat mereka beroperasi, dan tarif yang mereka bayar untuk simpanan. Saat ini, terdapat 34 bank syariah dengan 13 bank umum syariah (BUS) dan 21 unit usaha syariah (UUS) serta 167 BPR syariah.³ Tingginya minat masyarakat terhadap bank syariah dan adanya UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan syariah yang memuat kebijakan *dual banking* sistem mengakibatkan bermunculnya UUS bank konvensional sehingga membuat masyarakat lebih mudah untuk mengakses produk-produk syariah, baik dari BUS, UUS maupun BPRS.⁴

Persaingan antar bank sekarang semakin ketat. Tumbuh dan berkembangnya bank tidak hanya ditandai dengan banyaknya kantor cabang yang dibuka tetapi dapat dilihat dari munculnya produk-produk baru dengan segala macam atribut yang dimiliki oleh setiap bank. Perbankan pada saat ini dituntut untuk semakin meningkatkan pelayanannya karena nasabah semakin meningkat mobilitas dan kebutuhannya. Untuk dapat menghadapi kompetisi yang demikian ini maka hendaknya bank memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat yang memerlukan jasa-jasa perbankan. Hal ini dimaksudkan untuk memelihara kepercayaan masyarakat terhadap dunia perbankan. Kepercayaan masyarakat

³ Gita Rosiana, <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20180209110505-29-3902/cita-cita-indonesia-punya-bank-syariah-rakak> keluar dari pokok pikisasa diakses pada tanggal 10 April 2018 pukul 19:08

⁴ Joko Susilo, “*Rumusan Strategi Pengembangan PT BPRS Amanah Ummah dengan Pendekatan Analytic Network Proses*”, skripsi, Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2008.

terhadap dunia perbankan tidak hanya memberikan dampak positif terhadap usaha bank itu sendiri, tetapi juga pada kehidupan perekonomian secara keseluruhan oleh sebab itu perusahaan yang ingin bertahan hidup dan berkembang harus mampu memberikan pelayanan sebaik mungkin.

Kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan yaitu kondisi gedung, kondisi peralatan, tempat parkir, kerapian penampilan karyawan, ketepatan waktu pelayanan, kecermatan karyawan dalam melayani, kesungguhan karyawan terhadap nasabah yang mendapat masalah, keakuratan pencatatan dokumen, kejelasan informasi, ketersediaan karyawan yang memberikan pelayanan dengan cepat.

Perkembangan bisnis perbankan syari'ah masih dihadapi oleh berbagai persoalan yang menghambat bisnis perbankan syari'ah tersebut diantaranya, pertama ketersediaan produk dan standarisasi produk perbankan syari'ah. Hal ini dikarenakan selama ini masih banyak bank syari'ah yang belum menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip syari'ah. Standarisasi ini diperlukan dengan alasan industri perbankan syari'ah memiliki perbedaan dengan bank konvensional. Kedua, tingkat pemahaman produk bank syari'ah.

Hingga saat ini, sangat sedikit masyarakat yang tahu tentang produk-produk perbankan syari'ah dan istilah-istilah di perbankan syari'ah. Selain itu, masalah ketiga industri perbankan syari'ah adalah sumber daya manusia (SDM). Pihak perbankan kesulitan mencari SDM perbankan syari'ah yang berkompeten dan memupuni.

Tabel 1. 1
Research Gap

Strategi Bank BPRS Adam Syari'ah dalam memasuki persaingan dunia perbankan

Strategi Bank Syari'ah	Hasil Penelitian	Peneliti
dalam memasuki persaingan dunia perbankan	Peluang utama bagi Bank BRI adalah padatnya jumlah penduduk dan tingginya pendidikan masyarakat. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama bank BRI adalah SDM yang berkualitas.	Gupitri Handayani
	Penerapan prinsip 5P yang dilskukan untuk mengenali calon debitur dalam meminimalisir pembiayaan.	Novia Latifatus Soleha

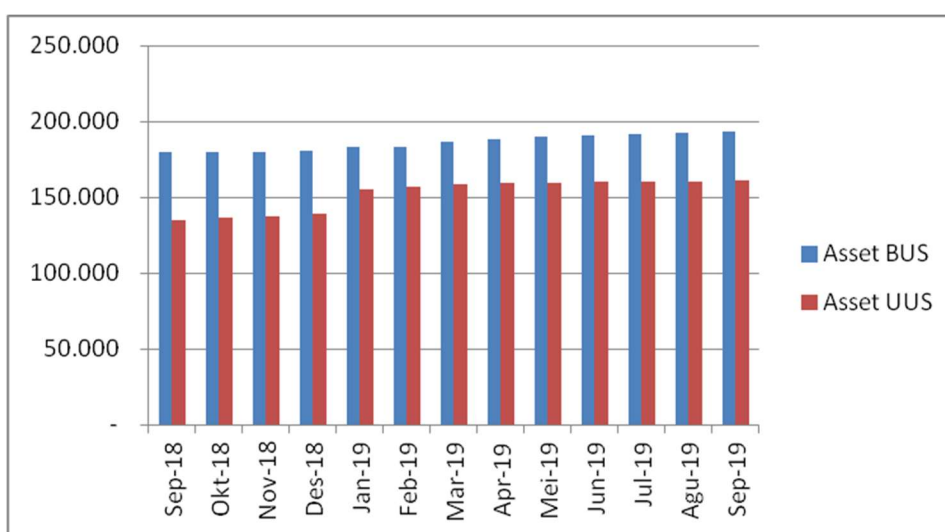
(Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber)

Dilihat dari perkembangannya, pertumbuhan bank syariah pada saat ini seperti diagram, berikut:

Tabel 1. 2
Data Pertumbuhan Bank Syariah Satuan Miliar Rupiah

Tahun	Asset BUS	Asset UUS
Sep-18	179.447	135.011
Okt-18	179.447	136.506
Nov-18	179.447	137.389
Des-18	180.300	139.326
Jan-19	183.430	155.399
Feb-19	183.230	156.838
Mar-19	186.945	158.478
Apr-19	188.477	159.268
Mei-19	189.813	159.253
Jun-19	190.505	160.035
Jul-19	191.460	160.092
Agu-19	192.331	160.358
Sep-19	193.148	160.917

Tabel 1. 3
Grafik Pertumbuhan Perbankan Syariah Berdasarkan Rata-Rata Total Asset



Berdasarkan pengamatan peneliti, bahwa ada bank yang berani mendirikan usahanya terutama di wilayah provinsi Bengkulu. Bank ini bukan termasuk bank umum tetapi masih berstatus sebagai BPRS, bahkan merupakan bank yang baru memulai usahanya di kanca nasional. BPRS ini bernama Adam Bengkulu, yang baru memulai usahanya pada tanggal 3 April 2017 yang di pimpin oleh Darmawan Irawan (Komisaris Utama) dan Rahmat Suryatna (Direktur Utama).

BPRS Adam Bengkulu adalah salah satu bank syariah yang ada di Kota Bengkulu. Lokasi kantor BPRS Adam ini terbilang sangat strategis memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi. BPRS Adam adalah sebagai mediator yang menjembatani kepentingan nasabah atau calon nasabah yaitu dengan melakukan pembiayaan yang berdasarkan prinsip pembiayaan.

Melihat BPRS ini yang berani memulai usaha di tengah-tengah maraknya persaingan antar bank syariah, baik itu bank umum maupun BPRS, membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi dari BPRS Adam Bengkulu dalam memasuki dunia perbankan saat ini. Berdasarkan alasan itu, peneliti mengangkat penelitian yang berjudul “Strategi BPRS Adam Bengkulu dalam Memasuki Persaingan Dunia Perbankan”.

B. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan untuk menghindari meluasnya penelitian dan agar penelitian lebih terarah mengenai strategi BPRS Adam Bengkulu dalam memasuki persaingan dunia perbankan, maka penelitian ini lebih fokus pada faktor-faktor pendirian BPRS Adam Bengkulu, strategi bank dalam

mengembangkan BPRS Adam serta prioritas strategi bersaing yang digunakan oleh BPRS Adam Bengkulu.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Apa faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pendirian BPRS Adam Bengkulu?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan dalam mengembangkan BPRS Adam Bengkulu?
3. Apa yang menjadi prioritas strategi bersaing BPRS Adam Bengkulu?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah yang ada tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk menjelaskan dan memaparkan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pendirian BPRS Adam Bengkulu.
2. Untuk mengetahui dan memaparkan strategi bank yang diterapkan dalam mengembangkan BPRS Adam Bengkulu.
3. Untuk menjelaskan dan memaparkan prioritas strategi bersaing yang digunakan dalam mengembangkan BPRS Adam Bengkulu.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat penelitian dalam tulisan ini adalah agar dapat menjadi tambahan referensi dan menambah ilmu pengetahuan penulis serta pembaca mengenai strategi Bank dalam memasuki dunia perbankan.

2. Manfaat Praktis

- a. Akademisi atau pembaca; penelitian ini dapat menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai strategi Bank Adam Bengkulu dalam memasuki dunia perbankan.
- b. Peneliti selanjutnya; penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut dan penelitian ini dapat menambah referensi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan tema serupa di masa yang akan datang.
- c. Penulis; untuk menambah wawasan dan pengetahuan.
- d. Perusahaan; penelitian ini dapat dijadikan landasan pemikiran dalam meningkatkan strategi.

F. Kajian Literatur

Penelitian yang telah dilakukan oleh Indari Pratiwi dengan judul strategi bank muamalah KCP Curup dalam pemasaran produk tabunganku. Hasil penelitiannya menunjukkan, bahwa Bank Muamalah KCP Curup mengimplementasikan teori bauran pemasaran 4P sebagai berikut: produk, harga, lokasi dan promosi.⁵

⁵Indari Pratiwi, *Strategi Bank Muamalah KCP Curup dalam Pemasaran Produk Tabunganku*, Skripsi, Jur. Syariah Dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2016, hlm. 92

Penelitian yang telah dilakukan oleh Edi Sutrisno dengan judul strategi pemasaran produk gadai emas pada bank syariah mandiri BSM kantor cabang pembantu KCP Curup menunjukkan bahwa Bank Syariah Mandiri KCP Curup untuk mengembangkan dan memasarkan produk gadai emas adalah dengan metode *marketing mix*, yang meliputi: *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evindence (7P)*.⁶

Penelitian ini dilakukan Milva Avtasi berjudul pengembangan strategi pemasaran berbasis *marketing mix* pada BMT Pat Sepakat. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa BMT Pat Sepakat melakukan promosi berbasis *marketing mix* yang ditawarkan melalui brosur, *website* dan *personal selling*.⁷

Penelitian yang telah dilakukan oleh Lilis Ariska dengan judul strategi pemasaran produk tabungan haji dan qurban pada PT. BPRS Safir Bengkulu Cabang Curup. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa PT. BPRS Safir Bengkulu Cabang Curup sudah memiliki strategi dalam memasarkan produk. Tetapi untuk produk tabungan haji dan qurban belum memiliki strategi khusus.⁸

Penelitian yang telah dilakukan oleh Lifah Agustina dengan judul strategi pemasaran koperasi serba usaha KSU Beringin Jaya dan koperasi simpan pinjam KSP sehati cabang Sindang Jati. Hasil penelitiannya menunjukkan strategi

⁶Edi Sutrisno, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri BSM Kantor Cabang Pembantu KCP Curup*, Skripsi, Jur. Syariah Dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2015, hlm. 92

⁷Milva Avtasi *Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Marketing Mix pada BMT Pat Sepakat*, Skripsi, Jur. Syariah Dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2017, hlm. 77

⁸Lilis Ariska, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dan Qurban Pada PT. BPRS Safir Bengkulu Cabang Curup*, Skripsi, Jur. Syariah Dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2017, hlm. 79

pemasaran baik pada koperasi KSU dan KSP menggunakan dan menerapkan strategi pemasaran 7P.⁹

Penelitian yang telah dilakukan oleh Sandy Rheza pribadi dengan judul Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan pelajar (Simpel) di bank BRI Syari'ah Kc Purwokerto. Hasil penelitiannya menunjukkan Strategi lokasi dan *layout* bank yang letaknya strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank, penetapan *layout* yang baik dan benar juga akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank, strategi jemput bola adalah strategi pelayanan yang di berikan bank untuk langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.¹⁰

Penelitian yang telah dilakukan oleh Midawiah dengan judul Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada BNI Syariah (Bank Negara Indonesia Syariah) Cabang Makassar. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa teknik promosi yang dilakukan oleh BNI Syari'ah khususnya untuk produk dana investasi haji adalah dengan memutuskan perincian pasar yang objektif yaitu dengan menggunakan metode segmentasi pasar, menentukan target (sasaran), serta memposisikan produk. Selanjutnya, dengan meningkatkan bauran

⁹Lifah Agustina, *Strategi Pemasaran Koperasi Serba Usaha KSU Beringin Jaya Dan Koperasi Simpan Pinjam KSP Sehati Cabang SinDang Jati*, Skripsi, Jur. Syariah Dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2017, hlm. 83

¹⁰ Sandy Rheza, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan pelajar (Simpel) Di bank BRI Syari'ah Kc Purwokerto*, DIII. jur. Manajemen Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) Purwokerto. 2016. Hlm. 63

pemasaran dengan tujuan dapat menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.¹¹

Melihat dari penelitian-penelitian terdahulu banyak yang meneliti tentang strategi pemasaran bank. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian ini memposisikan penelitian pada strategi BPRS Adam Bengkulu dalam mengembangkan bank, serta dengan metode penelitian dan tempat yang diteliti juga berbeda, penulis ingin mengetahui faktor penyebab didirikannya BPRS Adam Bengkulu dan prioritas strategi dari BPRS Adam Bengkulu.

G. Definisi Operasional

1. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos* (stratus=militer dan ag= memimpin), yang berarti generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.¹² Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.¹³

2. Pengembangan

Pengembangan dalam teori manajemen organisasi memiliki definisi sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan

¹¹ Midawiah, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syari'ah Cabang Makassar*, skripsi. jur. Ekonomi Islam pada fakultas syari'ah Dan hukum UIN Alauddin makassar. 2012. Hlm. 82

¹² Arif Yusuf Hamali, ``*Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*`, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016, h. 125

¹³ Id.m.wikipedia.org

manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam kurun waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.¹⁴

3. Prioritas

Prioritas dalam Bahasa Prancis disebut sebagai "*priorite*" yang artinya utama. Berdasarkan Kamus Oxford, prioritas didefinisikan sebagai suatu kondisi yang mana seseorang harus melakukan sebuah pekerjaan yang sangat penting dan dijadikan sebagai hal utama yang harus diselesaikan lebih dulu dibandingkan dengan pekerjaan lainnya. Waluyo mengartikan prioritas sebagai sebuah daftar yang berisi tentang kebutuhan-kebutuhan yang harus dikerjakan berdasarkan tingkatan keutamaannya terlebih dahulu.

4. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka, untuk menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

¹⁴ J. Winardi, "*Manajemen Perubahan*", Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2015, h. 140

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Kualitatif yang mana merupakan proses penelitian yang berkesinambungan sehingga tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian.¹⁵ Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian, pihak-pihak ini dinamakan responden penelitian.¹⁶

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Bank BPRS Adam di Bengkulu. Adapun alasan peneliti memilih lokasi tersebut sebagai objek penelitian, karena BPRS Adam Bengkulu ini merupakan bank yang baru beroperasi ditengah maraknya persaingan antar bank serta banyaknya bank yang dilikuidasi.

3. Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer melalui wawancara. Data primer, yaitu data yang didapatkan secara langsung dari subjek dan orang-orang yang menjadi informan, yang menjadi Subjek dalam penelitian ini adalah pihak Bank BPRS Adam Bengkulu. Untuk mendukung kegiatan penelitian, maka dilakukan pengumpulan data primer melalui wawancara.

¹⁵Bagong Suyanto dan Sutinah "Metode Penelitian Sosial:Berbagai alternative pendekatan"(Jakarta:Kencana,2011), h.172

¹⁶ Suharsimin Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta 2005), h 85

Wawancara ditujukan untuk dua informan yaitu informan kunci dan informan biasa. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Direktur BPRS Adam Bengkulu, sedangkan informan biasa untuk penelitian ini adalah karyawan BPRS Adam Bengkulu.

4. Teknik Pengumpulan data

a. Metode Wawancara

Penggunaan metode wawancara ini, peneliti ini melakukan dialog atau tanya jawab kepada subyek penelitian secara langsung atau berhadapan-hadapan. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada karyawan bank BPRS Adam terhadap hal-hal yang perlu untuk dipertanyakan.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, yang bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.¹⁷ Metode dokumentasi digunakan untuk menyimpan data berupa, catatan, transkrip buku, dan dokumentasi lain yang diperlukan.

5. Teknik Analisis Data

Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lapangan lain, sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada yang lain. Teknik analisis data dilakukan:

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 329

- a. Reduksi data, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.¹⁸
- b. Penyajian data, yaitu penyajian data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.¹⁹
- c. Verifikasi artinya membuat kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten.²⁰

I. Sistematika Penulisan

Berlandaskan pembahasan pada penelitian di atas, maka penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, dan pada setiap bab dibagi lagi menjadi sub bab-sub bab. Supaya penulisan pada skripsi ini tidak meluas atau keluar dari inti pokok dan sistematika dalam penulisannya, maka digunakanlah sistematika penulisan sebagai berikut ini:

Bab I Pendahuluan, dalam pendahuluan terdapat tulisan yang berisikan latar belakang masalah penelitian, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian literatur, definisi operasional, metodologi penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Teori dan kerangka berpikir, yang berisi landasan teori yang bersangkutan-paut dengan judul penelitian dan kerangka berpikir yang sesuai dengan judul penelitian.

¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung:Alfabeta,2015, hal.338

¹⁹*Ibid*, hal.341

²⁰*Ibid*, hal.345

Bab III merupakan gambaran secara umum mengenai objek penelitian yang berisi demografi wilayah yaitu tentang BPRS Adam Bengkulu dan demografi responden.

Bab IV yaitu Hasil Penelitian dan Analisis, dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil dan pembahasan penelitian.

Bab V yaitu Penutup yang berisi simpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Lembaga Keuangan

1. Pengertian Strategi

Strategi dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat atau akal untuk mencapai suatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan.²¹ Istilah strategi berasal dari kata Yunani, *stratega* (*stratos*: militer, dan *ga*: memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai rencana untuk menggunakan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.²²

Strategi merupakan daya kreatifitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh perusahaan.²³ Strategi menurut Steiner dan Miner, 'strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan sasaran utama organisasi akan tercapai.²⁴ Sthepani K. Marrus mendefinisikan strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang

²¹ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, Jakarta: Pustaka Amani, 1996, h. 462

²² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Press, 2011, cet. ke 5, h. 3

²³ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012, h. 34

²⁴ George Steiner dan John Minner, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Erlangga, h. 70.

organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.²⁵

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan pendekatan yang berkaitan dengan pelaksanaan dari suatu gagasan, rencana, tindak lanjut dari sebuah aktifitas selanjutnya atau aktifitas dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2. Pengembangan

Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Dimasa yang akan datang, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi. Tuntutan untuk mengadakan perubahan bersumber dari dua hal, yakni dari dalam organisasi yang harus peka terhadap aspirasi, keinginan, tuntunan dan kebutuhan berbagai kelompok atau biasa dikenal sebagai pihak-pihak berkepentingan.²⁶

3. Macam-macam Strategi

Dalam prakteknya setiap lembaga keuangan memiliki macam-macam strategi, pada umumnya strategi tersebut terbagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut :

- a. Strategi perusahaan yaitu strategi yang disusun pada puncak organisasi yang menyatakan bisnis-bisnis apa yang akan masuk oleh suatu organisasi (perbankan).

²⁵ Husein, Umar, *Strategi Manajemen In Action*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum, 2001, h.31

²⁶ Fathul Aminudin Aziz, "Manajemen dalam Perspektif Islam", Cilacap : Pustaka El-Bayan, 2012, h. 194

- b. Strategi bisnis yaitu strategi yang memfokuskan bagaimana bersaing dalam suatu bisnis tertentu.
- c. Strategi fungsional yaitu berfokus pada jangka pendek, mempunyai perhatian terhadap sub-aktivitas fungsional (operasi keuangan, memasarkan, sumber daya lain-lain).²⁷

Selain itu lembaga keuangan juga memiliki strategi-strategi dalam persaingan diantaranya sebagai berikut :²⁸

- a. Strategi produk bank

Strategi ini digunakan untuk mengantisipasi kegagalan produk yang akan diluncurkan ke pasar agar produk tersebut sesuai dengan tujuan yang telah diharapkan. Strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk sebagai berikut :

- 1) Penentuan logo dan moto

Logo merupakan ciri khusus dari suatu bank, sementara moto merupakan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat. Logo dan moto dari suatu produk harus dirancang dengan benar, dengan pertimbangan sebagai berikut :

- a) Memiliki arti (dalam arti positif)
- b) Menarik perhatian
- c) Mudah diingat

²⁷ Amin Widjaya Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2002, h. 160

²⁸ Kasmir, *Pemasaran BANK*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 119-156

2) Menciptakan merek

Karena jasa memiliki aneka ragam, maka setiap jasa harus memiliki nama. Tujuan dari penamaan ini agar mudah dikenal dan diingat pembeli. Nama ini disebut dengan nama merek. Merek diartikan sebagai nama, istilah simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya. Hal yang harus dipertimbangkan ketika memberikan merek antara lain :

- a) Mudah diingat
- b) Terkesan hebat dan modern
- c) Memiliki arti (dalam arti positif)
- d) Menarik perhatian

3) Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus dari suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah. Selain itu juga pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, bilyet giro, atau kartu kredit.

4) Keputusan label

Label merupakan sesuatu yang dipadankan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label dijelaskan siapa yang membuat, di mana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya, waktu kedaluwarsa, komposisi isi, dan informasi lainnya.

b. Strategi harga bank

Penentuan harga merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan pemasaran. Laku atau tidak lakunya produk atau jasa perbankan juga dipengaruhi oleh harga. Dalam penentuan harga harus dilakukan secara hati-hati. Karena kesalahan pada penentuan harga dapat menyebabkan kerugian bagi bank. Ada berbagai hal yang harus dipertimbangkan saat menentukan harga misalnya, tujuan penentuan harga tersebut yang disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai. Terdapat beberapa model dalam penentuan harga jasa bank secara umum, antara lain :

- 1) Modifikasi harga atau diskriminasi yang dapat dilakukan :
 - a) Menurut pelanggan, yaitu harga yang dibedakan berdasarkan nasabah utama (primer) atau nasabah biasa (sekunder). Nasabah utama adalah nasabah yang loyal dan memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh bank. Nasabah biasa adalah nasabah umum.
 - b) Menurut bentuk produk, harga ditentukan berdasarkan bentuk produk atau kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk, misalnya untuk kartu kredit ada *master card* dan ada *visa card*.
 - c) Menurut tempat, yaitu harga yang ditentukan berdasarkan lokasi cabang bank di mana produk atau jasa ditawarkan.
 - d) Menurut waktu, yaitu harga yang ditentukan berdasarkan periode atau masa tertentu dapat berupa jam, hari, mingguan, atau bulanan.

- 2) Penetapan harga untuk produk baru, misalnya ketika bank baru mengeluarkan kartu kredit sehingga perlu ditentukan berapa iuran perbulan dan berapa bunga yang dikenakan untuk setiap transaksi.
 - a) Market *skimming pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.
 - b) Market *penetration pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.
- 3) Metode penetapan harga
 - a) *Cost plus pricing*, yaitu penentuan harga yang didasarkan kepada harga pokok, biaya tetap, dan biaya variabel.
 - b) *Cost plus pricing* dan *mark up*. Sama halnya dengan *cost plus pricing*, dalam hal ini ditambahkan laba yang diinginkan.
 - c) *Marginal pricing*, yaitu penentuan harga dengan menghitung *marginal cost* ditambah dengan laba yang diinginkan.
 - d) *Break even pricing* (BEP) atau *target pricing*, yaitu harga ditentukan berdasarkan titik impas.
 - e) *Percieved value pricing*, yaitu harga ditentukan oleh kesan pembeli (persepsi) terhadap produk yang ditawarkan.
- c. Strategi lokasi dan layout bank

Lokasi bank adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang

pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Lokasi yang strategis dapat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Selain itu, penetapan *layout* gedung dan *layout* ruangan yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah. Secara umum ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi dan *layout* bank adalah sebagai berikut

- 1) Agar bank dapat menentukan lokasi yang tepat untuk lokasi kantor pusat, kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas, atau lokasi mesin-mesin ATM. Tujuannya agar memudahkan nasabah berhubungan atau melakukan transaksi dengan baik.
- 2) Agar bank dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan guna melayani nasabahnya.
- 3) Agar bank dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan, dan kenyamanan bagi nasabahnya.
- 4) Agar bank bisa menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari atau jam-jam sibuk, baik di depan *teller* atau kasir.
- 5) Agar bank dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan di masa yang akan datang.

d. Strategi promosi bank

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Secara umum ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan, antara lain :

- 1) Periklanan (*advertising*), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar dan dapat pula berupa kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi, atau radio.
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.
- 3) Publisitas (*publicity*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal, sosial, atau olahraga.
- 4) Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.

4. Faktor yang Mempengaruhi Strategi

Implementasi strategi pada industri bank , seperti hubungan antara formulasi strategi dan implementasinya, faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi, dan keterlibatan eksekutif. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi strategi dikelompokkan menjadi dua, yaitu

.²⁹

²⁹ Marlizar, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Strategi yang Efektif dalam Industri BANK Syariah*, Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh, Vol. 8, No. 1, 2018, h. 105-106

- a. Faktor internal yang meliputi, formulasi, kepemimpinan, budaya organisasi dan struktur organisasi, sumber daya manusia (SDM), pengawasan dan komunikasi.

1) Formulasi

Formulasi strategi (*strategy formulation*) merupakan serangkaian proses yang terlibat dalam penciptaan atau penentuan strategi dalam organisasi yang berfokus pada isi strategi. Dapat diartikan bahwa formulasi menentukan isi strategi.³⁰

2) Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah interaksi saling memengaruhi antara pemimpin dengan para pengikutnya. Tujuan utama kepemimpinan adalah merealisasikan visi dari pemimpin dan pengikutnya.³¹

3) Struktur organisasi dan Budaya organisasi

Struktur organisasi merupakan sistem formal tentang hubungan tugas dan wewenang yang mengendalikan bagaimana tiap individu bekerjasama dan mengelola segala sumberdaya yang ada untuk mewujudkan tujuan organisasi. Sebuah struktur yang tepat adalah struktur yang mampu merespons banyak masalah koordinasi dan motivasi yang sewaktu-waktu bisa muncul baik dibagian lingkungan, teknologi, ataupun sumberdaya manusia.³²

³⁰ Griffin, Ricky W., *Manajemen*, Jakarta : Erlangga, 2004, h. 227

³¹ Yustinus dan Veronika, *Kepemimpinan Integratif*, Depok : PT. Kanikus, 2020, h. 5

³² Wisnu, Dicky, *Teori Organisasi dan Struktur Desain*, Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2019, h. 8-9

Ketika struktur organisasi telah tersusun dan berkembang, maka budaya organisasi tersusun dan berkembang pula. Budaya organisasi adalah seperangkat nilai yang mengendalikan aturan interaksi antara satu individu organisasi dengan individu lain, pemasok, pelanggan, dan dengan orang lain diluar lingkungan organisasi itu sendiri. Sebuah budaya organisasi dibentuk oleh para individu dalam organisasi, etika organisasi yang dianut di dalamnya, hak kepegawaian yang diberikan kepada tiap karyawan, dan jugajenis struktur dari organisasi itu sendiri. Budaya organisasi mempengaruhi cara tiap individu merespons dan menafsirkan segala situasi dan permasalahan yang ada di dalam organisasi.³³

4) Sumberdaya manusia (SDM)

Sumberdaya manusia (SDM) adalah salah satu aset utama (*human capital*) yang membantu organisasi dalam mencapai tujuannya. SDM berperan dalam pengambilan keputusan organisasi, itu sebabnya keberhasilan organisasi ditentukan oleh kualitas SDM yang mampu menggerakkan dan mengendalikan organisasi untuk mencapai tujuannya.³⁴

5) Pengawasan

Pengawasan diartikan sebagai suatu kegiatan manajer untuk mengusahakan pekerjaan-pekerjaan agar terlaksana sesuai dengan rencana yang ditetapkan atau hasil yang dikehendaki. Subyek yang

³³ *Ibid.*, h. 9

³⁴ Robert, Sukarman, Nurmiati, dkk., *Manajemen Bisnis*, Medan : Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 77

melakukan pengawasan atau yang memiliki fungsi pengawasan, yaitu manajer. Selain itu, yang berperan sebagai tolak ukur untuk melakukan pengawasan adalah rencana yang telah ditetapkan atau hasil yang dikehendaki.

Newman mendefinisikan :³⁵

“control is assurance that the performance to plan”

Yang artinya, pengawasan adalah suatu usaha untuk menjamin agar pelaksanaan sesuai dengan rencana.

Dapat disimpulkan hakekat dari pengawasan adalah untuk menjamin supaya suatu kegiatan atau pekerjaan dapat terselenggara dan terlaksana berdasarkan rencana yang telah ditetapkan. Fungsi dari pengawasan ini sama dengan penyelenggaraan pemerintahan daerah, pengawasan diorientasikan untuk menjamin agar pemerintahan daerah berjalan secara efisien dan efektif dalam koridor peraturan perundang-undangan yang berlaku guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat begitu pula dengan pengawasan dalam dunia perbankan.

6) Komunikasi

Komunikasi yang baik merupakan salah satu kemampuan yang harus dimiliki seseorang dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, seorang bankir harus cakap melakukan “komunikasi di tempat kerja”.

³⁵ Chandra, M. Jeffri Arlinandes, *Kewenangan Bank Indonesia dalam Pengaturan Pengawasan Perbankan di Indonesia Setelah Terbitnya Undang-undang No 21 Tahun 2011 tentang OJK*, Bengkulu : CV. Zigie Utama, 2018, h. 72

Komunikasi adalah upaya untuk membuat pendapat, menyatakan perasaan, menyampaikan informasi dan sebagainya, agar diketahui atau dipahami oleh orang lain. Longman, mendefinisikan ‘komunikasi’ sebagai *to make opinions, feelings, information, etc., known or understood by others*. Jika dimaknai lebih dalam lagi, komunikasi merupakan suatu keterampilan atau kemampuan untuk mengungkapkan keinginan, ide, perasaan, pikiran, atau pendapat seseorang sehingga dapat mengerti dan dimengerti oleh orang lain.³⁶

Adapun manfaat dari komunikasi yang efektif bagi sebuah organisasi, antara lain :³⁷

- a) Menciptakan kepuasan kerja
 - b) Menyelesaikan konflik
 - c) Meningkatkan produktivitas
- b. Faktor eksternal yang meliputi, teknologi dan lingkungan eksternal bisnis.
- 1) Teknologi

Perubahan teknologi memberikan dampak terhadap perubahan lingkungan eksternal perusahaan. Ada 4 faktor yang dapat mempengaruhi posisi industri perusahaan, yaitu : meningkatnya tingkat kompleksitas produk, cara-cara manufaktur dan pemasaran berubah, bertambahnya pesaing dan konsumen mempunyai akses mengenai kualitas dan harga produk. Dengan kondisi demikian akan mempengaruhi proses penyusunan strategi perusahaan.

³⁶ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, Modul, 2013, h. 18

³⁷ *Ibid.*, 19

2) Lingkungan eksternal bisnis

Merupakan lingkungan yang berada di luar perusahaan yang mana perusahaan tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadapnya (*uncontrollable*) apabila terjadi perubahan dalam lingkungan ini maka akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam industri. Oleh karena itu, dari lingkungan eksternal ini akan muncul peluang dan ancaman bagi perusahaan.

Lingkungan eksternal misalnya, faktor sosial budaya yang menyangkut nilai-nilai, keyakinan, pendapat, sikap dan gaya hidup masyarakat. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi permintaan akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga secara langsung akan mempengaruhi operasi perusahaan. Selain faktor sosial budaya faktor lingkungan yang dianalisis dalam strategi adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi dan politik.

B. Persaingan Lembaga Keuangan

1. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan berasal dari Bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan merupakan usaha-usaha dari pihak perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat berupa

pemotongan harga, promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar.³⁸

Sementara itu, persaingan menurut Kamus Bahasa Indonesia berasal dari kata saing yang artinya berlomba saling mengungguli.³⁹ Sehingga dapat diartikan persaingan adalah sebuah kegiatan, tindakan atau usaha seseorang yang dilakukan kepada orang lain dengan maksud mendahului atau mengungguli. Persaingan ini tidak hanya dilakukan oleh perorangan tetapi juga dalam badan hukum, dalam bidang perdagangan, produksi, pertahanan, politik dan sebagainya untuk mempertahankan keunggulan masing-masing.

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persaingan merupakan suatu proses sosial yang terjadi pada perorangan maupun kelompok manusia yang berusaha mengalahkan atau mendahului pihak lain tanpa menggunakan kekerasan atau ancaman. Dengan tujuan untuk mencapai sesuatu yang lebih dari pihak lain, baik dalam bentuk harta, kekuasaan maupun dalam bentuk popularitas.

Bisnis adalah pertukaran barang jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Pengertian lain dari suatu bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri, menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.⁴⁰ Pengertian lain dari bisnis adalah semua kegiatan

³⁸ BN. Maribun, *Kamus Manajemen*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2003, h. 276

³⁹ EM Zulfajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Jakarta : Difa Publisher, 2007, h. 722

⁴⁰ Farancis Tantri, *Pengantar Bisnis*, Jakarta : Rajawali Pers, 2009, h. 4

yang dilakukan seseorang atau organisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Berdasarkan pengertian di atas, persaingan bisnis adalah suatu proses sosial perorangan atau kelompok yang berusaha mengalahkan atau mendahului pihak lain tanpa kekerasan dan ancaman, dalam mencari laba atau keuntungan melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2. Macam-macam Persaingan Bisnis

Persaingan dalam industri tidak semuanya sama. Para ekonom telah mengidentifikasi empat tingkat persaingan dasar dalam sistem perusahaan swasta, sebagai berikut :⁴¹

a. Persaingan sempurna

Persaingan sempurna bisa tercipta dengan dua kondisi berikut : (1) semua perusahaan dalam suatu industri harus berskala kecil, dan (2) jumlah perusahaan dalam industri tersebut harus banyak. Sehingga tidak ada satupun perusahaan yang cukup kuat untuk mempengaruhi harga produknya. Oleh karena itu, harga ditentukan oleh kekuatan pasar seperti penawaran dan permintaan.

Selain itu, persaingan sempurna juga mencerminkan ciri-ciri berikut ini :

- 1) Produk-produk yang ditawarkan setiap perusahaan mirip sehingga para pembeli memandangnya identik dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan lain.

⁴¹ Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert, *Bisnis, Edisi Kedelapan*, Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama, 2007, h.19

- 2) Baik pembeli maupun penjual mengetahui harga-harga yang dibayarkan dan diterima pihak lain di pasar.
- 3) Karena semua perusahaan berskala kecil, setiap perusahaan mudah memasuki atau meninggalkan pasar.
- 4) Harga-harga ditentukan sepenuhnya oleh penawaran dan permintaan serta diterima baik oleh penjual maupun pembeli.

b. Persaingan monopolistik

Dalam persaingan monopolistik terdapat lebih sedikit penjual jika dibandingkan dengan pasar di persaingan sempurna. Akan tetapi, karena masih banyak pembeli, penjual berusaha membuat produk mereka terlihat sedikit berbeda dari para pesaing. Diferensiasi produk juga memberikan kesempatan bagi para penjual mengendalikan harga-harga yang mereka tetapkan.

c. Oligopi

Oligopi merupakan pasar atau industri yang bercirikan adanya sedikit penjual (umumnya berskala sangat besar) yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi harga produk-produk mereka.

d. Monopoli

Monopoli terjadi ketika industri atau pasar tertentu hanya memiliki satu produsen. Sehingga menjadi pemasok tunggal yang memiliki kendali penuh atas harga produknya. Akhirnya terjadi penurunan permintaan pelanggan akibat meningkatnya harga.

3. Faktor yang Mempengaruhi Persaingan Bisnis

Faktor yang perlu dipelajari dan dipertimbangkan terhadap usaha sejenis yang telah ada adalah bagaimana kapasitas produksi mereka dan apakah mereka merencanakan untuk mengisi peluang yang masih ada. Dengan mengetahui faktor persaingan, tentu dapat dijadikan sebagai bahan informasi yang sangat penting dan berguna untuk membandingkan dengan rencana usaha yang akan dikembangkan.⁴²

Menurut Porter terdapat lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri, yaitu:

a. Ancaman pendatang baru

Pendatang baru bagi suatu industri membawa kapasitas baru, karena ia berhasrat untuk ikut meraih dan menikmati pangsa pasar. Keputusan untuk menjadi pendatang baru, dalam suatu industri seringkali menaruh komitmen baru terhadap sumber daya yang akan digunakan, sehingga harga ditekan serendah mungkin dan keuntungan dibuat kecil, akibatnya profitabilitas industri menurun. Beberapa faktor penghambat untuk masuk dalam industri (*the barriers to entry*) dapat sejauh mana ancaman pendatang baru dalam suatu industri. Faktor penghambat tersebut antara lain skala ekonomi, diferensiasi produk, kebutuhan akan modal pengenalan biaya pada pembeli untuk perubahan pemasok dan produk, saluran distribusi, kebijakan pemerintah, keunggulan biaya yang tidak bergantung pada skala ekonomis dan reaksi pasar.

⁴² Yacob Ibrahim, *Sudi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2003, h. 116

b. Ancaman produk pengganti

Ketersediaan barang pengganti menjadi penghalang mengenai harga yang dapat ditentukan oleh pimpinan pasar dalam mata industri. Harga yang tinggi dapat memicu pembeli beralih ke produk pengganti.

c. Kekuatan tawar menawar pembeli

Konsumen atau pelanggan suatu industri mengharapkan harga serendah mungkin untuk memperoleh produk atau jasa dari industri (perusahaan pemasok) dengan cara membeli dalam jumlah yang besar sehingga perusahaan pemasok sebagai produk standar atau tidak terdeterminasi pembeli dapat menekan harga, karena banyak perusahaan yang menyediakan produk standar tersebut. Belum lagi jika pembeli ada kemauan dan kemampuan untuk melakukan integrasi ke hulu.

d. Kekuatan tawar menawar pemasok

Jika pemasok mempunyai kekuatan yang cukup tinggi atas perusahaan industri, mereka dapat menaikkan harga cukup signifikan untuk mempengaruhi kemampuan pelanggan dalam menghasilkan laba. Kemampuan pemasok untuk memperoleh kekuatan atas perusahaan industri ditentukan oleh berbagai faktor, yaitu jumlah pemasok sedikit tetapi besar, produk pemasok merupakan masukan yang penting bagi pembeli, produk pemasok tidak ada produk alternatifnya.

e. Rivalitas di antara pesaing

Rivalitas di antara perusahaan mengacu pada semua tindakan yang ditempuh oleh perusahaan dalam kelompok industri untuk memperbaiki

posisi masing-masing dan memperoleh keunggulan atas para pesaingnya. Persaingan itu akan bersifat positif, jika di antara perusahaan menciptakan dan mendorong stabilitas industri melalui perbaikan-perbaikan kemampuan dalam rangka menghasilkan laba. Sebaliknya jika tidak, persaingan itu menjadi kekuatan yang bersifat negatif. Faktor-faktor yang menimbulkan persaingan ketat antara lain sebagai berikut :

- 1) Jika suatu industri sudah memasuki fase pertumbuhan lambat, perusahaan akan memfokuskan pada pangsa pasar dan cara merebut pangsa pasar dengan mengorbankan perusahaan lain.
- 2) Industri dengan karakteristik biaya tetap yang tinggi selalu mendapat tekanan untuk mempertahankan produksi pada kapasitas maksimum guna menutup biaya tetap.
- 3) Kekurangan diferensiasi yang mendorong pembeli untuk mencari harga paling baik.

4. Aspek-aspek Persaingan

Islam telah memberikan aturan rinci untuk menghindari muncul permasalahan akibat praktek persaingan yang tidak sehat. Minimal ada tiga unsur yang dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam.

a. Pihak-pihak yang bersaing

Seorang muslim akan memandang bisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah karena itu tidak berfikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan. Baginya persaingan adalah berebut yang terbaik dihadapan Allah yang dicapai dengan cara sekuat tenaga untuk

tetap setia mentaati aturannya dalam berbisnis, dan terbaik dihadapan manusia dengan menjalankan bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing, dan dengan pelayanan total.⁴³

b. Segi Cara Bersaing

Bisnis merupakan bagian dari muamalah yang tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur tentang muamalah. Seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Dalam berhubungan dengan rekan bisnis setiap pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakat haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Rasulullah SAW mencontohkan bagaimana bersaing dengan baik. Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat.⁴⁴ Cara bersaing merupakan hal yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mengungguli atau mendahului pengusaha lain dengan strategi-strategi yang dimiliki untuk menarik perhatian nasabah/konsumen.

c. Produk (Barang dan Jasa) yang dipersaingan

Evaluasi pasar dan pemasaran perlu pula ditelaah kemungkinan suasana persaingan produk dimasa depan dengan jalan membandingkan kekuatan dan kelemahan produk dan perusahaan pesaing terhadap produk

⁴³ Yusanto, M. I. dan M. K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta : Gema Insani, 2008, h. 93

⁴⁴ *Ibid.*, h. 96

dan perusahaan sendiri. Perusahaan-perusahaan mana yang secara langsung dan tidak langsung akan menjadi pesaing utama.⁴⁵ Dimensi kualitas, biaya kecepatan menyerahkan, keandalan, dan fleksibilitas, sekaligus menggambarkan dimensi daya saing yang dapat dipilih atau dimiliki oleh sebuah usaha.⁴⁶

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

1) Produk

Produk yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal, spesifikasinya harus jelas (tidak ada unsur penipuan) kualitasnya terjamin dan bersaing.

2) Harga

Harga produk harus kompetitif artinya tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

3) Tempat

Tempat usaha harus sehat, baik, bersih, dan nyaman. Harus juga terhindar dari hal-hal yang diharamkan.

4) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan harus ramah tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Contohnya menempatkan perempuan cantik berpakaian seksi.

⁴⁵ Siswanto Sutojo, *Studi Kelayakan Proyek Teori & Praktek*, Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1996, h. 34

⁴⁶ Murdifin Haming, Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur Dan Jasa*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007, h. 42.

5) Pelayanan purnajual

Merupakan servis yang akan melanggengkan pelanggan. Akan tetapi ini akan diberikan dengan cara cuma-cuma atau sesuai dengan akad.⁴⁷

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan beberapa hal yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing dengan produsen/ pengusaha lain yaitu dengan kualitas barang atau jasa, harga, tempat, dan pelayanan merupakan hal yang bisa digunakan untuk strategi para perbankan syariah.

5. Etika Bisnis dalam Islam

Salah satu yang membuat manusia memiliki harta kekayaan adalah dengan bekerja. Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk berusaha mencari rejeki dan nafkah. Islam mewajibkan setiap muslim, terlebih bagi yang memiliki tanggungan, untuk bekerja. Hal ini dijelaskan dalam QS. At-Taubah ayat 105, yang artinya :

“Dan katakanlah :” bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitahukan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (QS. At Taubah : 105)

Bisnis islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dan dengan kendali

⁴⁷ Yusanto, M. I. dan M. K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam...*, h. 96

syariat, bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama : (1) target hasil, profit-materi dan benefit-nonmateri, (2) pertumbuhan, artinya terus meningkat, (3) keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin, dan (4) keberkahan atau keridhaan Allah.⁴⁸

Target hasil yang dicapai tidak sertamerta bersifat materi tetapi juga yang mendatangkan keuntungan dan manfaat nonmateri kepada organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti adanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan lainnya. Jika target telah tercapai, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan. Pertumbuhan merupakan upaya perusahaan dalam menaikkan profit dan benefitnya secara terus-menerus agar tumbuh meningkat setiap tahunnya. Kemudian, pencapaian target dan pertumbuhan tersebut harus dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama. Setiap upaya dan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan harus dalam koridor syariah.

C. Lembaga Keuangan Syariah

1. Pengertian Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan dapat dipahami sebagai berikut :

- a. Menurut SK. Menkue RI No. 792 tahun 1990, lembaga keuangan adalah semua badan yang kegiatannya bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama membiayai investasi perusahaan.⁴⁹ Meski dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan

⁴⁸ Yusanto, M. I. dan M. K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam...* h. 18

⁴⁹ Y. Sri Susilo, dkk., *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta : Salemba Empat, 2000, h. 2-3

namun tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan. Dalam kenyataannya, kegiatan usaha lembaga keuangan bisa diperuntukan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.

- b. Kasmir mendefinisikan lembaga keuangan sebagai setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau keduanya.⁵⁰ Dalam artian lembaga keuangan melakukan kegiatan yang selalu berkaitan dengan bidang keuangan, baik menghimpun dana, menyalurkan dana maupun kedua-duanya menghimpun dan menyalurkan dana.
- c. Syarif Wijaya mendefinisikan lembaga keuangan dengan lembaga yang berhubungan dengan penggunaan uang dan kredit atau lembaga yang berhubungan dengan proses penyaluran simpanan ke investasi.⁵¹ Lembaga keuangan biasanya memberikan pembiayaan atau kredit kepada nasabah dan menanamkan dananya dalam bentuk surat-surat berharga. Selain itu, lembaga keuangan juga menawarkan berbagai jenis produk dan jasa seperti tabungan, asuransi, program pensiun, dan penyediaan sistem pembayaran.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dalam bidang keuangan. Kegiatan tersebut dapat berupa menghimpun dana, menyalurkan dana maupun kedua-duanya menghimpun dan

⁵⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008, h. 2

⁵¹ Syarif Wijaya, *Lembaga-lembaga Keuangan dan Bank*, Yogyakarta : BPFE, 2000, h. 6

menyalurkan dana sekaligus, yang mana kegiatan ini diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.

2. Dasar Hukum Lembaga Keuangan Syariah

Landasan hukum tentang bank dan lembaga keuangan syariah sendiri terdapat dalam Al-Quran surat Ar-Rum ayat 39. 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)”.

Selain itu dalam Undang-Undang perbankan nomor 7 tahun 1992 hanya mengatur tentang perbankan secara konvensional, dan Bank Syariah sendiri dalam operasinya sebagai landasan hukumnya selain undang-undang tersebut ditambah dengan Peraturan Pemerintah nomor 72 tahun 1992 tentang Bank berdasarkan Bagi Hasil. Undang-Undang nomor 7 telah dilakukan perubahan dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998.

Dalam pasal 1 butir 3 UU Nomor 10 tahun 1998 disebutkan:

“Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu-lintas pembayaran”

Dengan adanya undang-undang nomor 10 tahun 1998 tersebut bank umum dimungkinkan untuk menjalankan (a) sistem konvensional atau (b) sistem syariah atau (c) sistem konvensional dan cabang syariah. Sedangkan yang dimaksud dengan prinsip syariah dijelaskan pada Undang-Undang pasal 1 butir 13 tersebut sebagai berikut :

“Prinsip Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).”

Berdasarkan landasan hukum di atas dapat disimpulkan bahwa prinsip syariah merupakan solusi yang tepat bagi bank dan lembaga keuangan untuk meninggalkan riba, agar dapat menjalankan kegiatan perekonomian dengan baik yang berdasar syariat islam.

3. Macam-macam Lembaga Keuangan Syariah

Sistem keuangan di Indonesia dijalankan oleh dua jenis lembaga keuangan, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Secara umum lembaga keuangan syariah di Indonesia sebagai berikut :⁵²

- a. Lembaga keuangan bank merupakan lembaga yang memberikan jasa keuangan lengkap. Usaha keuangan yang dilakukan selain menyalurkan dana atau memberikan pembiayaan/kredit juga melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan. Lembaga keuangan bank secara operasional dibina dan diawasi oleh OJK. Sedangkan pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional MUI. Lembaga Keuangan Bank terdiri dari :

⁵² Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, h. 9

1) Bank Umum Syariah

Bank umum merupakan bank yang bertugas melayani seluruh jasa-jasa perbankan dan melayani segenap masyarakat, baik perorangan maupun lembaga-lembaga lainnya. Bank umum juga dikenal dengan nama bank komersial dan dikelompokkan kedalam 2 jenis, yaitu bank umum devisa dan bank umum nondevisa.

2) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

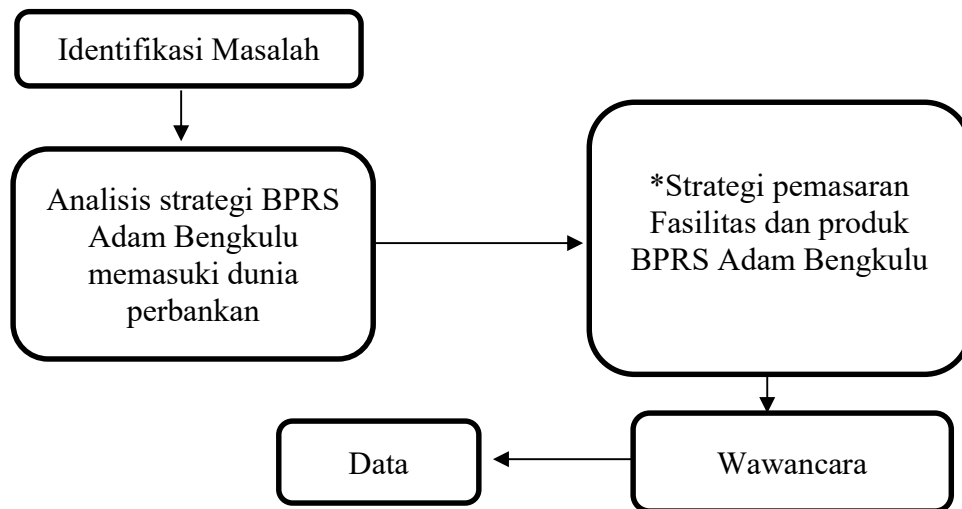
Bank pembiayaan rakyat syariah berfungsi sebagai pelaksana sebagian fungsi bank umum, tetapi di tingkat regional dengan berlandaskan kepada prinsip-prinsip syariah. Pada sistem konvensional dikenal sebagai Bank Perkreditan Rakyat. Bank pembiayaan rakyat syariah merupakan bank yang khusus melayani masyarakat kecil di kecamatan dan pedesaan. Jenis produk yang ditawarkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah relatif sempit jika dibandingkan dengan bank umum, bahkan ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, seperti pembukaan rekening giro dan ikut kliring.

- b. Lembaga Keuangan non-Bank merupakan lembaga keuangan yang lebih bervariasi dari lembaga keuangan bank. Sama halnya dengan lembaga keuangan bank, lembaga keuangan nonbank juga secara operasional dibina dan diawasi oleh OJK. Sedangkan pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional MUI. Lembaga keuangan nonbank terdiri dari :

- 1) Pasar modal (*capital market*)
- 2) Pasar uang (*money market*)
- 3) Perusahaan asuransi
- 4) Dana pensiun
- 5) Perusahaan modal ventura
- 6) Lembaga pembiayaan
- 7) Perusahaan pegadaian
- 8) Lembaga keuangan syariah mikro

D. Kerangka Berpikir

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pikir



BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu

BPRS Adam Bengkulu yang beralamatkan di Jl. Pangeran Natadirja, KM 6,5 No. 29 RT2/1, Kel. Jalan Gedang, Kec. Gading Cempaka Kota Bengkulu ini didirikan atas persetujuan dari Otoritas Jasa Keuangan nomor Kep/69/D.03/2017 pada 03 April tahun 2017. Pada tanggal 21 April tahun 2017 Bank Adam Bengkulu telah legal untuk melakukan segala aktivitas kerjanya hingga saat ini.⁵³

B. Visi dan Misi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu

Visi:

Menjadi lembaga usaha perbankan yang professional dan mampu menolong peningkatan taraf hidup masyarakat, serta mampu bersaing dengan menguasai pasar di daerahnya.⁵⁴

Misi:

1. Mampu menyediakan kebutuhan pemodal usaha mikro kecil dan memberi bimbingan untuk mengembangkan usaha mereka.
2. Memberikan keputusan pelayanan yang tinggi melalui SDM dan teknologi.
3. Memberikan jasa produk yang bersaing dan berimbang.⁵⁵

⁵³ Dokumentasi BPRS Adam Bengkulu pada 2 Februari 2021

⁵⁴ Dokumentasi BPRS Adam Bengkulu pada 2 Februari 2021

⁵⁵ Dokumentasi BPRS Adam Bengkulu pada 2 Februari 2021

C. Produk-Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu

Produk-Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu

1. Produk Penghimpunan Dana
 - a. Jenis tabungan yang disediakan untuk umum dengan setoran minimal. Rp. 10.000,00 adalah Wadiah Mitra Adam.
 - b. Jenis tabungan yang disediakan bagi para pelajar di Kota Bengkulu dengan setoran minimal. Rp. 10.000,00 adalah Tabungan Pelajar Bank Adam.
 - c. Jenis tabungan ini disediakan untuk masyarakat yang memiliki harapan untuk melakukan perjalanan haji dan umroh adalah Tabungan Haji dan Umroh.
 - d. Deposito Mudharabah merupakan suatu cara untuk berinvestasi berjangka yang bisa memberikan penyelesaian untuk mengatur keuangan Anda yang sesuai dengan standar syariah, dengan pembagian keuntungan (*profit sharing*) yang menarik dan setoran awal Rp. 1.000.000,00.⁵⁶
2. Keutamaan deposito dan menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu
 - a. Aman karena terjamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sampai dengan 2 milyar.
 - b. Terbebas dari tarif administrasi bulanan.
 - c. Tidak ada pembatasan dalam jumlah/nominal yang ditabungkan.

⁵⁶ Brosur-brosur BPRS Adam Bengkulu pada 2 Februari 2021

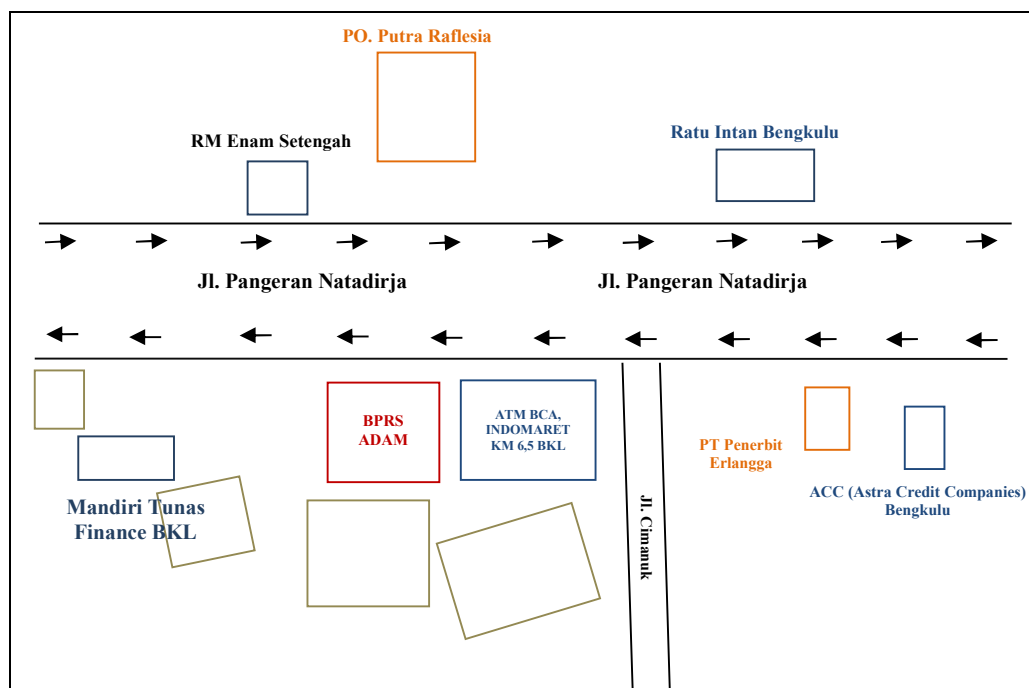
- d. Terdapat transaksi antar jemput dengan minimal jumlah tabungan atau deposit 5 juta rupiah.
 - e. Mendapatkan *profit sharing* (bagi hasil) yang menarik dan menguntungkan.
 - f. Mendapat keberkahan karena mengelolanya berdasarkan standar syariah.
 - g. Kiat membuka rekening yang mudah, tidak rumit dan terbebas dari antrian. Bagi nasabah atau calon nasabah yang ingin membuat rekening cukup membawa syarat foto copy KTP/SIM yang masih berlaku dan mengisi formulir yang disediakan.
3. Produk pembiayaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu
- a. Pembiayaan dengan cara jual beli, atau biasa yang disebut murabahah.
 - b. Pembiayaan yang disediakan untuk para pemilik warung mikro yang terdapat di Kota Bengkulu, pada pembiayaan ini nasabah akan menerima barang dagangan sesuai dengan kebutuhan mereka, dimana pembiayaan sampai 5 juta jaminan berupa barang dagangan dan untuk diatas 5 juta harus disertai dengan agunan, produk ini disebut dengan Pembiayaan Warung Mikro.
 - c. Pembiayaan diperuntukkan bagi nasabah yang ingin menggunakan untuk keperluan konsumtif, contoh : pembelian PC, motor, rumah dll disebut Pembiayaan Konsumtif.

- d. Pembiayaan untuk UMKM merupakan pembiayaan yang direncanakan bagi masyarakat yang memiliki usaha kecil dan usaha rumah tangga.
Contoh : pembuatan dodol, ternak bebek dll.
 - e. Mudharabah/Musyarakah adalah pembiayaan dengan cara pembagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah.
Contoh : untuk proyek pemerintah dan swasta.
 - f. Qord merupakan pembiayaan yang disediakan bersifat kebajikan.
Contohnya untuk biaya berobat.
 - g. Ijarah Multi Jasa merupakan pembiayaan yang direncanakan berdasarkan atas keuntungan yang diperoleh. Contoh : pembiayaan haji, umroh, pendidikan dll.⁵⁷
4. Syarat permohonan pembiayaan
- a. Melengkapi data pada lembar isian yang disediakan
 - b. Foto 2,79cm x 3,81cm, baik suami maupun istri sebanyak 2 eksemplar
 - c. Memfotokopi KTP, baik suami maupun istri sebanyak 2 eksemplar
 - d. Memfotokopi buku nikah dan Kartu Keluarga sebanyak 2 eksemplar
 - e. Memfotokopi anggunan (sertifikat dan BPKB) sekaligus menyertakan dengan pajak
 - f. Nilai Jual Objek Pajak (NJOP).
 - g. Surat keterangan usaha
 - h. Nomor Pokok Wajib Pajak jika transaksi besar dari lima puluh juta
 - i. *List* barang yang dibutuhkan nasabah (untuk murabahah)

⁵⁷ Brosur-brosur BPRS Adam Bengkulu pada 2 Februari 2021

D. Denah Lokasi

Gambar 3. 1 Denah Lokasi BPRS Adam Bengkulu



(Sumber : dokumentasi BPRS Adam Bengkulu)

E. Profil Informan

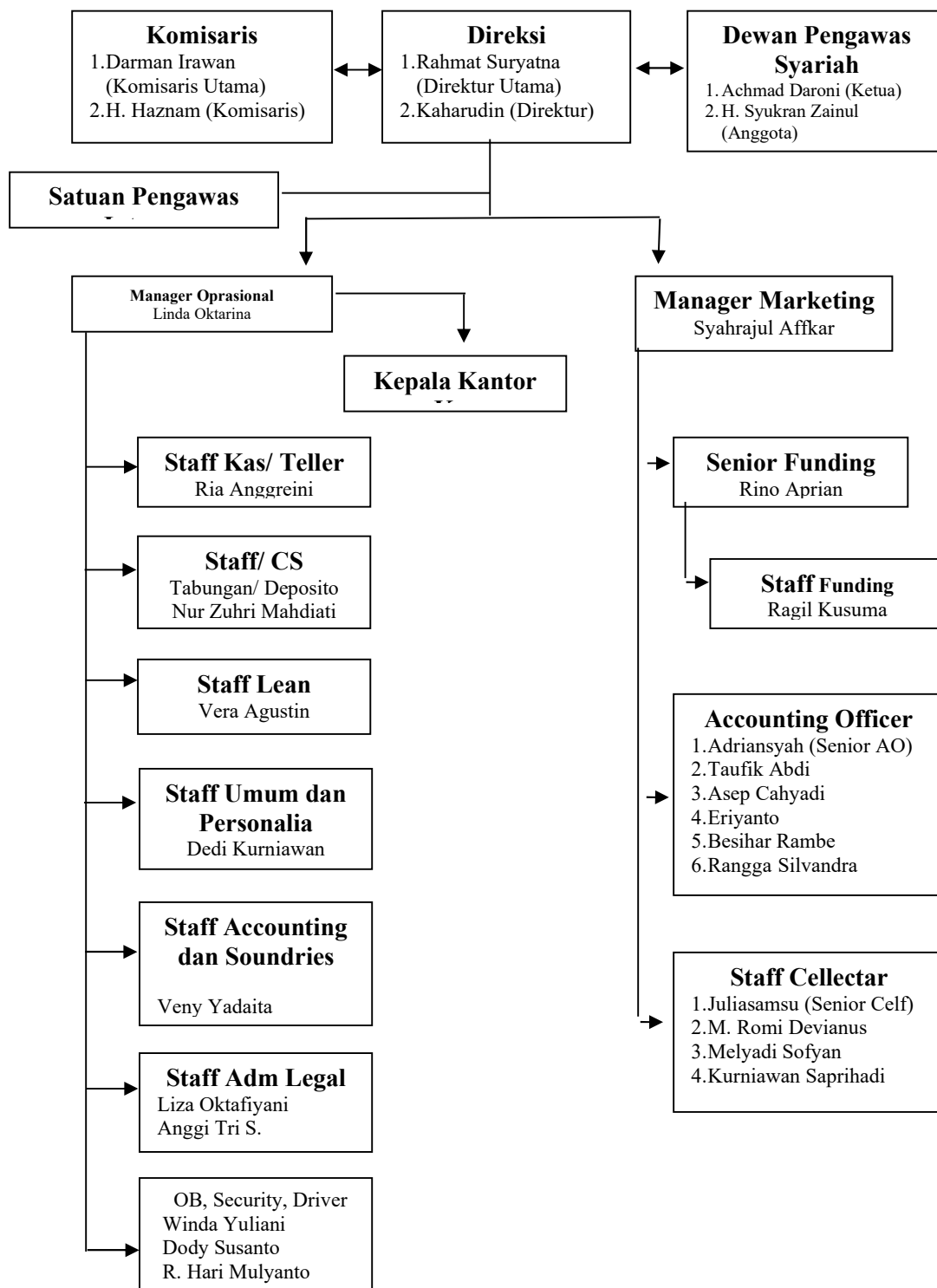
Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada 4 orang karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu sebagai informan. Berikut merupakan deskripsi dari informan penelitian :

**Tabel 3. 1
Profil Informan**

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan Sekarang
1.	Rahmat Suryatna	Laki-laki	Direktur Utama
2.	Dedi Kurniawan	Laki-laki	<i>Staff</i> Bagian Umum & Personalia
3.	Bersihar Rambe	Laki-laki	<i>Staff Marketing</i>
4.	Apriansyah	Laki-laki	Analisis Pembiayaan
5.	Rino Aprian	Laki-laki	<i>Staff Funding</i>

F. Struktur Organisasi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu

Gambar 3. 2 Rapat Umum Pemegang Saham



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Pendirian BPRS Adam Bengkulu

Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia, dan tentunya sangat berdampak pada masyarakat Indonesia secara ekonomi maupun politik. Bank Muamalat adalah pelopor perbankan syariah di Indonesia yang didirikan pada tahun 1991, diprakasai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia dan beberapa Pengusaha Muslim. Belakangan ini industri perbankan syariah sangat berkembang pesat, salah satunya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). BPRS terbentuk berdasarkan Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Peraturan Perbankan dan Pemerintah No. 72 tahun 1992. Isi dari undang-undang tersebut adalah mengatur bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Selanjutnya BPRS diatur dalam Undang-undang No. 10 Tahun 1998. Dalam kegiatannya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank yang khusus melayani masyarakat kecil di kecamatan dan pedesaan yang berdasarkan prinsip syariah.

BPRS Adam Bengkulu merupakan salah satu bank pembiayaan rakyat syariah yang belum lama terbentuk di Kota Bengkulu. Terhitung sejak tanggal 21 April 2017, BPRS Adam resmi beroperasi dengan Direktur Utama Bapak Rahmat Suyatna, SE. Selain itu, BPRS Adam memiliki visi menjadi lembaga usaha perbankan yang professional dan mampu menolong peningkatan taraf hidup masyarakat, serta mampu bersaing dengan menguasai pasar di daerahnya.

Sementara untuk salah satu misinya BPRS Adam menyediakan kebutuhan pemodalannya usaha mikro kecil dan memberi bimbingan untuk mengembangkan usaha.

1. Faktor internal yang mempengaruhi pendirian BPRS Adam Bengkulu

Faktor internal adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan diri seseorang atau bersumber dari dalam diri seseorang seperti motivasi dan keinginan. Adapun hasil wawancara peneliti kepada Direktur Utama bank mengenai faktor internal pendirian BPRS Adam di Kota Bengkulu sebagai berikut :

“pada masa itu eksistensi BPRS di Kota Bengkulu masih sangat minim. Sehingga saat didirikan BPRS Adam menjadi BPRS ketiga yang ada di Kota Bengkulu. Adanya keinginan untuk membantu perekonomian masyarakat lemah dan pengusaha kecil yang tidak dijangkau oleh bank umum”.⁵⁸

BPRS Adam merupakan bank pembiayaan syariah yang baru didirikan di Kota Bengkulu pada tahun 2017 dan ditetapkan sebagai BPRS ketiga yang ada di Kota Bengkulu setelah BPRS Muamalat Harkat dan BPRS Safir. Bank pembiayaan syariah ini hadir karena keinginan yang kuat untuk menolong masyarakat yang memiliki ekonomi lemah dan usaha-usaha kecil yang berkembang di Kota Bengkulu.

Adapun hasil wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai faktor internal pendirian BPRS Adam di Kota Bengkulu sebagai berikut :

“adanya niat yang kuat, keinginan dari dalam diri, untuk berdakwah dalam bidang ekonomi islam khususnya”.⁵⁹

⁵⁸ *Wawancara*, Rahmat Suryatna, tanggal 10 Februari 2021

⁵⁹ *Wawancara*, Dedi Kurniawan, tanggal 10 Februari 2021

BPRS Adam didirikan karena keinginan dari seseorang agar bisa berdakwah melalui jalur perekonomian islam, untuk kemaslahatan umat islam yang ada di Kota Bengkulu. Sehingga BPRS Adam ini harus sesuai dengan hukum-hukum islam dan tidak boleh bertentangan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi faktor internal didirikannya BPRS Adam adalah keinginan dari dalam diri.

2. Faktor eksternal yang mempengaruhi pendirian BPRS Adam Bengkulu

Faktor eksternal adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia luar seperti lingkungan di sekitar dan orang-orang terdekat. Adapun hasil wawancara peneliti kepada Direktur Utama bank mengenai faktor eksternal pendirian BPRS Adam di Kota Bengkulu sebagai berikut :

“mendorong pemerintah untuk menanggulangi inflansi di Kota Bengkulu. Kemudian, supaya dapat berkontribusi dalam membantu usaha masyarakat agar terhindar dari para tengkulak. Selanjutnya, penduduk di Kota Bengkulu yang mayoritas muslim tentunya menginginkan pembiayaan yang sesuai dengan hukum dan syariat Islam. Kebutuhan masyarakat dalam hal perbankan yang berbentuk syariah”.⁶⁰

Kota Bengkulu dengan mayoritas penduduknya yang muslim, menunjang lahirnya BPRS Adam. Selain itu, adanya keinginan serta kebutuhan masyarakat untuk menggunakan pembiayaan yang sesuai dengan hukum dan syariat islam. Disebutkan juga bahwa, BPRS Adam membantu pemerintah Kota Bengkulu dalam menghadapi inflasi yang terjadi. Inflansi adalah suatu proses dengan meningkatnya harga-harga secara umum dan

⁶⁰ *Wawancara*, Rahmat Suryatna, tanggal 10 Februari 2021

terus-menerus yang dikarenakan tidak seimbangnya arus uang dan barang. Serta dapat memberikan kontribusinya dalam pembiayaan masyarakat agar masyarakat kecil hingga menengah dapat terhindar dari para tengkulak.

Adapun hasil wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai faktor eksternal pendirian BPRS Adam Bengkulu sebagai berikut :

“faktor eskternalnya yaitu kemajuan zaman dan teknologi yang menuntut kita untuk selalu berinovasi. Selain itu, karena adanya dukungan yang kuat dari masyarakat untuk ingin memiliki BPRS yang benar-benar memihak pada kegiatan UMKM”.⁶¹

Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih membuat akses informasi dan komunikasi sangat mudah didapatkan. Oleh karena itu, manusia dituntut untuk selalu aktif berinovasi. Misalnya, membuat inovasi suatu produk atau jasa. Inovasi yang dimaksud adalah membuat pembaruan atau gagasan baru dari sesuatu yang telah ada sebelumnya.

Berdasarkan wawancara tersebut, kebutuhan masyarakat akan pembiayaan berbentuk syariah yang siap mendukung usaha mikro kecil dan menengah atau disingkat sebagai UMKM juga mendorong didirikannya BPRS Adam. Sesuai dengan perannya yang memberikan pembiayaan kepada UMKM, BPRS juga menjadi pendamping dan pengelola dana yang ada sehingga UMKM menjadi lebih berkembang.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pendirian BPRS Adam antara lain, agar dapat menanggulangi inflansi, keinginan

⁶¹ *Wawancara*, Dedi Kurniawan, tanggal 10 Februari 2021

menanggulangi tengkulak, perkembangan zaman dan teknologi, kebutuhan sosial atau masyarakat dan UMKM.

B. Strategi yang Diterapkan dalam Mengembangkan BPRS Adam Bengkulu

Dalam bisnis industri tak terkecuali pada dunia perbankan pengembangan perlu dilakukan untuk mencapai bentuk terbaik dari industri tersebut. Terlebih jika masih berstatus sebagai *newbie* pada suatu industri. Sudah tentu ada banyak pesaing yang telah mendahului, baik itu bank syariah maupun konvensional. Oleh karena itu, setiap lembaga keuangan syariah terutama bank pasti memiliki strategi-strategi bersaing untuk mendapatkan keunggulan kompetitif begitupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu yang akan menghadapi persaingan dengan bank-bank konvensional maupun syariah lainnya.

1. Strategi Logo dan Moto Bank

Logo dan moto merupakan hal yang krusial bagi sebuah instansi, bisnis atau perusahaan. Adapun hasil wawancara peneliti kepada Direktur Utama bank mengenai strategi pengembangan BPRS Adam Bengkulu dalam menentukan logo dan moto bank sebagai berikut :

“logo BPRS Adam merupakan perpaduan antara huruf B dan huruf A, kata yang disimbolkan dengan huruf B adalah ‘Bank’ sementara huruf A adalah nama dari BPRS ini yakni ‘Adam’. Warna kuning emas pada logo melambangkan prestasi, kesuksesan, kemewahan, kemenangan dan juga kemakmuran. Sesuai dengan moto BPRS Adam yakni solusi keuangan syariah. Moto ini dipilih karena menarik, singkat, dan mudah terngiang serta sejalan dengan visi misi BPRS Adam. Moto ini berarti, BPRS Adam dapat menjadi pilihan dalam hal keuangan atau pembiayaan yang berbentuk syariah dan tentunya insyaallah diridhoi Allah”.⁶²

⁶² *Wawancara*, Rahmat Suryatna, 10 Februari 2021

BPRS Adam sangat teliti dan memikirkan segala sesuatunya termasuk perihal logo dan moto yang digunakan. Logo merupakan ciri visual dari suatu *brand* atau perusahaan. Logo dan moto yang baik biasanya diikuti juga dengan atribut nonfisik yaitu adanya makna tersirat baik itu visi, misi, nilai serta budaya.

Pemilihan logo dan moto ini harus didiskusikan secara matang demi menunjang nama bank dan menyampaikan visi misi dari bank. Oleh karena itu, BPRS Adam memilih logo dengan desain huruf A dan B besar yang dipadukan saling berikatan. Selanjutnya, untuk pemilihan warna dari logo BPRS Adam menggunakan warna kuning emas. Warna ini disebut-sebut melambangkan prestasi, kesuksesan, kemewahan, kemenangan serta kemakmuran. Adapun bentuk logo dari BPRS Adam sebagai berikut :

Gambar 4. 1
Logo BPRS Adam



Sehubungan dengan hal tersebut, BPRS Adam memilih moto untuk menunjang logonya yakni 'Solusi Keuangan Syariah'. Moto ini singkat, mudah diingat dan menarik perhatian masyarakat serta memiliki makna bahwasannya BPRS Adam adalah jawaban bagi permasalahan keuangan dan

pembiayaan yang berbentuk syariah dan sesuai dengan ketentuan syariat yang berlaku.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa, BPRS Adam menentukan logo dan moto yang baik disesuaikan dengan nama serta visi dan misi dari BPRS Adam sendiri.

2. Strategi Produk

a. Menentukan Logo dan Moto Produk

Ketatnya persaingan, membuat bank melakukan inovasi dan kreatifitas dalam berbagai bidang untuk memperlancar strategi bisnis sehingga dapat merebut pangsa pasar atau mempertahankan pangsa pasar yang sudah dikuasai. Logo dan moto produk pada kemasan sangat penting dan harus dipikirkan.

Adapun hasil wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai strategi BPRS Adam Bengkulu dalam menentukan logo produk, sebagai berikut :

“tidak ada logo khusus untuk produk BPRS Adam, logo yang dicantumkan pada produk hanya menggunakan logo asli dari BPRS Adam”.⁶³

Pada produk-produk BPRS Adam tidak ada desain logo khusus yang diciptakan. Setiap produk BPRS Adam akan mencantumkan logo dari BPRS Adam itu sendiri. Sementara itu, logo yang digunakan pada produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan produk.

⁶³ *Wawancara*, Apriansyah, 12 Februari 2021

Adapun hasil wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai strategi BPRS Adam Bengkulu dalam menentukan moto produk, sebagai berikut :

“Pada produk tabungan Wadi’ah Mitra Adam moto yang digunakan yaitu ‘untuk hidup yang terencana’. Tabungan Wadi’ah Pelajar dengan moto ‘sisikan dulu sebagian’. Produk selanjutnya yang memiliki moto yaitu, Deposito Mitra Adam dengan moto ‘investasi menguntungkan insyaallah lebih berkah’.⁶⁴

Supaya memiliki ciri khas, suatu produk diberikan moto khusus yang harus ditentukan sebaik-baiknya. Pada produk tabungan Wadi’ah Mitra Adam moto yang digunakan adalah untuk hidup yang terencana. Moto ini dipilih karena menabung merupakan kegiatan menyisihkan uang untuk mempersiapkan masalah finansial di masa yang akan datang.

Produk Tabungan Wadi’ah Pelajar. Merupakan tabungan yang diperuntukkan khusus bagi pelajar dengan moto yang digunakan adalah sisikan dulu sebagian. Moto ini digunakan karena sesuai dengan target nasabah yaitu anak-anak sekolah atau pelajar untuk menyisihkan sebagian uang jajannya agar bisa ditabung. Jadi, sedikit berbeda dengan tabungan Wadi’ah Mitra Adam.

Moto dari produk Deposito Mitra Adam adalah investasi menguntungkan insyaallah lebih berkah. Moto produk ini menyiratkan makna bahwa investasi yang dilakukan secara syariah akan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. karena investasi yang dilakukan dengan

⁶⁴ *Wawancara*, Apriansyah, 12 Februari 2021

cara menentukan aturan perjanjian sesuai dengan hukum islam dalam penyimpanan dana, pembiayaan, atau kegiatan lainnya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian tersebut disimpulkan bahwa produk-produk BPRS Adam mencantumkan logo bank dan menggunakan moto khusus pada setiap produknya.

b. Menentukan Kemasan dan Label

Kemasan adalah tampilan dari suatu produk, jasa atau layanan. Pada kemasan juga tertera label yang menggambarkan asal muasal produk tersebut dibuat atau dapat juga menginformasikan sesuatu yang harus diketahui oleh konsumen. Adapun hasil wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai strategi pengembangan BPRS Adam Bengkulu dalam membuat kemasan produk produk sebagai berikut :

“membuat kemasan, sama halnya dengan membungkus sesuatu. Sudah pasti pembungkus ini haruslah terlihat indah supaya dapat menggugah selera seseorang terhadap produk tersebut. Begitu pula dengan produk BPRS Adam yang disajikan semenarik mungkin”.⁶⁵

Kemasan produk juga menjadi salah satu penilaian penting bagi produk yang ditawarkan sehingga menarik atau tidaknya suatu produk dapat dilihat dari bentuk kemasannya juga. Selain itu, bentuk kemasan yang cantik juga dapat mendukung lakunya suatu produk. Oleh karena itu, BPRS Adam juga menaruh perhatian pada desain dari kemasan setiap produknya disesuaikan dengan isi dan tujuan produk tersebut.

“Pemberian label juga sangat penting dilakukan agar konsumen mengetahui dari mana asal produk yang digunakan.”⁶⁶

⁶⁵ *Wawancara*, Apriansyah, 12 Februari 2021

⁶⁶ *Wawancara*, Apriansyah, 12 Februari 2021

Pemberian label pada suatu kemasan menjadikannya sebuah identitas pembeda dengan pesaing lain. Melalui label, BPRS Adam dapat memberikan informasi mengenai kualitas produk, logo perusahaan atau produknya. Sedangkan label produk merupakan suatu informasi penting yang harus diketahui oleh konsumen, baik informasi mengenai produsen ataupun informasi mengenai produk itu sendiri.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian tersebut disimpulkan bahwa, BPRS Adam menentukan kemasan dan label produk agar setiap produknya dapat dengan mudah diingat serta dikenali oleh konsumen.

3. Strategi Harga Bank

Strategi penetapan harga merupakan metode yang digunakan untuk menentukan harga terbaik dari suatu produk atau layanan. Adapun hasil wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai strategi BPRS Adam Bengkulu dalam menentukan harga bank sebagai berikut :

“strategi yang digunakan BPRS Adam untuk menentukan harga bank yaitu dengan menerapkan aturan perjanjian harus sesuai syariat islam dalam hal penyimpanan dana, pembiayaan, atau kegiatan lainnya. Selanjutnya berdasarkan siapa konsumen atau target dari produk. Kemudian berdasarkan bentuk produknya seperti apa serta berdasarkan jangka waktunya”.⁶⁷

BPRS Adam Bengkulu menentukan harga bank berlandaskan kepada hukum-hukum islam dalam hal penyimpanan dana baik tabungan ataupun investasi, pada produk pembiayaan dan sebagainya. Selain itu, harga bank

⁶⁷ Wawancara, Apriansyah, 12 Februari 2021

juga ditentukan menurut pelanggan adalah harga yang ditentukan dengan melihat kriteria nasabah, berdasarkan dari bentuk produk dan berdasarkan waktu.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian, disimpulkan bahwa BPRS Adam menentukan harga dengan cara memodifikasi harga atau diskriminasi.

4. Menentukan Lokasi dan *Layout*

Lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Adapun hasil wawancara peneliti kepada Direktur Utama bank mengenai strategi BPRS Adam Bengkulu dalam menentukan lokasi bank sebagai berikut :

“penentuan lokasi bank di Km 6 ini sudah dipertimbangkan, yang mana Km 6 adalah jalan yang strategis, dekat dengan perumahan warga dan disepanjang jalan ada banyak pertokoan ataupun usaha-usaha kecil milik masyarakat sekitar. Selain itu, lokasi ini dipilih karena sejalur dengan letak beberapa kantor pemerintahan”.⁶⁸

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu sejak tahun didirikan hingga saat ini berlokasi di Km 6 Bengkulu, Jalan Natadirja. Lokasi ini dipilih setelah mempertimbangkan berbagai aspek seperti dekat dengan masyarakat, perkantoran, dan ada banyak usaha kecil serta pertokoan di daerah tersebut.

Sama halnya dengan lokasi, *layout* juga perlu ditentukan agar memudahkan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Adapun hasil

⁶⁸ *Wawancara*, Rahmat Suryatna, 12 Februari 2021

wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai strategi pengembangan BPRS Adam Bengkulu dalam menentukan *layout* bank sebagai berikut :

“*layout* gedung BPRS Adam didesain dengan pertimbangan kenyamanan dan keamanannya. Bentuk gedung bertingkat 3 dengan lahan parkir terletak di depannya sehingga lebih megah daripada kantor bank sekelasnya, toilet bersih dan nyaman. Suasana dalam ruangan dibuat terkesan luas dan lega dengan susunan kursi dan meja yang rapi”.⁶⁹

Sedangkan pemilihan *layout*, BPRS Adam memilih gedung bertingkat tiga yang terkesan elegan serta nyaman digunakan. Tersedianya tempat parkir yang luas dan aman bagi karyawan maupun nasabah bank, toilet yang bersih, serta adanya penataan ruang yang baik. Pemilihan *layout* yang baik akan menunjang kinerja bank serta karyawan, sehingga dapat memberikan rasa nyaman dan aman kepada nasabah.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa BPRS Adam menentukan strategi lokasi dan *layout* bank.

5. Strategi Promosi

Promosi merupakan satu langkah yang ditempuh untuk mengenalkan produk bank pada khalayak umum. Promosi adalah suatu komunikasi pemasaran, yang menyebarkan informasi, mempengaruhi dan meningkatkan pasar sasaran. Adapun hasil wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai strategi pengembangan BPRS Adam Bengkulu dalam menentukan strategi promosi bank sebagai berikut :

“strategi yang digunakan BPRS Adam dalam melakukan promosi pada saat ini lebih kepada memanfaatkan media online. Seperti BPRS Adam memiliki blog dan sosial media yang aktif memberikan informasi

⁶⁹ *Wawancara*, Rino Aprian, 12 Februari 2021

terkait Bank Syariah Adam. Selain gencar mempromosikan produk bank, kita juga mengikuti *trend* yang ada seperti membagikan postingan di media sosial mengenai ucapan hari-hari besar, kata motivasi maupun hadis yang kemudian didalam postingan tersebut tentu sudah ada label pembuatnya. Sehingga secara tidak langsung dapat mempromosikan nama bank kepada masyarakat”.⁷⁰

Berikut merupakan penjelasan dari informan lainnya mengenai strategi promosi bank yang telah dilakukan oleh BPRS Adam :

“ketika menawarkan bank atau produk kita mengadakan sosialisasi, menjadi narasumber di beberapa kegiatan masyarakat dan lembaga pendidikan. Cara ini dipilih karena lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan misi dari perusahaan”.⁷¹

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu mengadakan promosi dalam bentuk Periklanan (*advertising*) melalui media sosial seperti blog, facebook dan instagram. Pemilihan promosi ini disesuaikan dengan *trend* yang terjadi pada masyarakat saat ini yang serba *online* terlebih pada kalangan milenial.

Selain itu, BPRS Adam mengadakan sosialisasi dalam kegiatan masyarakat dan lembaga pendidikan dikarenakan cara tersebut lebih efektif untuk menyampaikan pesan serta visi dan misi dari perusahaan. Sosialisasi yang dilakukan oleh BPRS Adam ini termasuk dalam salah satu sarana strategi promosi, yaitu publisitas (*publicity*) dimana promosi dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal, sosial, atau olahraga.

⁷⁰ Wawancara, Besihar Rambe, 12 Februari 2021

⁷¹ Wawancara, Rino Aprian, 12 Februari 2021

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa BPRS Adam melakukan strategi promosi secara Periklanan (*advertising*) dan publisitas (*publicity*).

6. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan bank syariah bertujuan untuk meningkatkan daya saing yang sejajar dengan perbankan konvensional, yang didasarkan pada kelebihan dan kekurangan industri perbankan syariah di Indonesia saat ini. Dengan demikian, untuk memenangkan persaingan, perbankan syariah harus melakukan terobosan-terobosan baru dalam sistem pelayanan dan inovasi produk layanannya. Adapun hasil wawancara peneliti kepada Direktur Utama bank mengenai strategi pengembangan BPRS Adam Bengkulu:

“sudah tentu ada. Walaupun terbilang baru, BPRS Adam unggul dalam hal sumber daya manusianya. Mereka telah berpengalaman di bidang perbankan syariah dan sudah tentu siap bersaing dalam hal teknologi yang handal”.⁷²

Adapun hasil wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai strategi pengembangan BPRS Adam Bengkulu:

“salah satunya adalah dengan melihat gaya hidup masyarakat, sehingga kita harus mengamati dengan teliti apa yang sedang menjadi *trend* dan apa saja yang menjadi kebutuhan maupun keinginan dari masyarakat. Selanjutnya komunikasi, karena komunikasi sangat penting baik itu komunikasi antar pimpinan dengan karyawan dan komunikasi bank dengan nasabahnya”.⁷³

Strategi pengembangan BPRS Adam Bengkulu adalah dengan menyiapkan sumber daya manusia yang berpengalaman dan handal, karena sumber daya manusia yang unggul dapat memainkan perannya secara

⁷² Wawancara, Rahmat Suryatna, 12 Februari 2021

⁷³ Wawancara, Dedi Kurniawan, 12 Februari 2021

maksimal terhadap pemanfaatan kemajuan teknologi. Selanjutnya, gaya hidup masyarakat juga memberi pengaruh pada strategi yang digunakan bank. Bank akan menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan keinginan yang ada di masyarakat. Faktor berikutnya adalah komunikasi, karena komunikasi yang baik antar pemimpin dan karyawan dan komunikasi bank dengan masyarakat dapat meningkatkan kepuasan serta produktivitas dari bank. Selain itu, komunikasi juga memberikan gambaran tentang manfaat produk dan layanan perbankan syariah bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan yang diterapkan oleh BPRS Adam Bengkulu adalah dengan menyediakan SDM yang unggul, menyesuaikan dengan kebutuhan sosial dan masyarakat dan komunikasi.

C. Prioritas Strategi Bersaing Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu

Prioritas merupakan sesuatu yang didahulukan dan diutamakan daripada yang lain.⁷⁴ Prioritas merupakan kata yang diambil dari bahasa Perancis, *priorite* yang berarti utama. Menurut kamus Oxford, prioritas didefinisikan sebagai sebuah kondisi dimana Anda harus mengerjakan sebuah pekerjaan yang sangat penting dan dijadikan sebagai hal yang utama agar diselesaikan terlebih dahulu. Sementara menurut para ahli, Waluyo mendefinisikan prioritas adalah sebuah daftar yang berisi kebutuhan yang begitu banyak dan harus dikerjakan menurut

⁷⁴ <https://kbbi.web.id>, di akses pada Selasa, 16 Februari 2021, pukul 08.40 WIB

tingkat keutamaannya terlebih dahulu.⁷⁵ Sedangkan strategi dapat diartikan sebagai pendekatan yang berkaitan dengan pelaksanaan dari suatu gagasan, rencana, tindak lanjut dari sebuah aktifitas selanjutnya atau aktifitas dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa prioritas strategi yang dimaksud adalah strategi utama yang digunakan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu dalam persaingan, melakukan promosi bank dan produknya kepada masyarakat/nasabah sehingga tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai.

Mengenai hal tersebut peneliti melakukan wawancara kepada karyawan BPRS Adam sebagai informan, berikut penjelasannya :

“seperti yang kita ketahui bahwasannya strategi ada banyak ragam dan macamnya. Sudah tentu yang dijadikan sebagai pedoman dan pilihan utama yaitu, menjalankan strategi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah”.⁷⁶

Berdasarkan wawancara tersebut, BPRS Adam selalu mengutamakan atau memprioritaskan prinsip-prinsip syariah dalam strategi bersaing yang diterapkan dengan memerhatikan tiga unsur bersaing dalam islam, yakni pihak-pihak yang bersaing, segi cara bersaing, produk (barang/jasa) yang dipersaingkan.

Selanjutnya penulis mewawancarai karyawan BPRS Adam mengenai sistem penerapan strategi pada setiap tahun di BPRS Adam, sebagai berikut :

“strategi yang digunakan BPRS Adam selalu berubah setiap tahunnya, menyesuaikan dengan kondisi ekonomi dan pasar”.⁷⁷

⁷⁵ <https://sepositif.com/pengertian-prioritas>, di akses pada Selasa, 16 Februari 2021, pukul 09.00 WIB

⁷⁶ *Wawancara*, Dedi Kurniawan, tanggal 10 Februari 2021

⁷⁷ *Wawancara*, Dedi Kurniawan, tanggal 11 Februari 2021

Strategi bersaing BPRS Adam selalu berubah-ubah pada setiap tahun sebagai kosekuensi dari perubahan kondisi ekonomi dan pasar. Perubahan yang terjadi merupakan perubahan eksternal atau perubahan yang berasal dari lingkungan luar dan tidak bisa dikendalikan oleh perusahaan. Sementara itu, bagi perusahaan perubahan lingkungan ini dapat menjadi suatu tantangan baru sehingga dalam menyelesaikannya harus dengan strategi yang baru pula. Perubahan-perubahan yang terjadi bisa saja menjadi peluang dan kesempatan bagi bank dalam mengembangkan usaha. Sebaliknya, perubahan ini juga bisa menjadi suatu ancaman bagi bank untuk mengembangkan usaha.

Adapun hasil wawancara peneliti kepada Direktur Utama bank mengenai prioritas strategi bersaing BPRS Adam Bengkulu sebagai berikut:

“BPRS Adam fokus kepada UMKM dalam bentuk pinjaman warung kecil dan menengah. Dalam hal ini produk yang diluncurkan yaitu Pembiayaan Warung Menyatu dengan akad murabahah pada tahun 2017. Produk ini ditargetkan kepada 500 warung yang ada di Kota Bengkulu, dengan harapan para pedagang tidak dikuasai oleh oligopoli. Produk ini memiliki keunggulan berupa pinjaman tanpa agunan”.⁷⁸

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu pada tahun 2017 tepatnya saat pertama didirikan dan akan memasuki dunia perbankan telah meluncurkan produknya yang menggiurkan masyarakat berupa pembiayaan atau pinjaman kepada usaha mikro kecil menengah dengan nama produk Pembiayaan Warung Menyatu. Kelebihan dari produk ini adalah pinjaman yang diberikan tanpa agunan dengan akad murabahah yaitu akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank akan melakukan pembelian atau pemesanan barang sesuai

⁷⁸ *Wawancara*, Rahmat Suryatna, 12 Februari 2021

permintaan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah sebesar harga beli dan ditambah keuntungan bank yang disepakati.

Adapun hasil wawancara peneliti kepada karyawan bank mengenai prioritas strategi bersaing BPRS Adam Bengkulu sebagai berikut:

“Sertifikasi PNS dan non PNS (multijasa) pembiayaan umum dan konsumtif pada tahun 2019 dengan keunggulan pembiayaan dengan margin yang terjangkau”.⁷⁹

Produk yang ditawarkan oleh BPRS Adam terus berkembang seiring berjalannya waktu. Pada tahun 2019 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adam Bengkulu meluncurkan produk terbarunya yaitu, Sertifikasi PNS dan non PNS (multijasa) pembiayaan umum dan konsumtif atau Pembiayaan Syariah Barokah Khusus Guru dengan akad murabahah dan ijarah.

Produk yang dibuat oleh BPRS Adam sesuai dengan prinsip syariah yang dijelaskan pada Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 pasal 1 butir 13 sebagai berikut :

“Prinsip Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).”

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa prioritas strategi bersaing BPRS Adam yaitu, menggunakan

⁷⁹ Wawancara, Dedi Kurniawan, 11 Februari 2021

strategi dengan prinsip syariah kemudian menyesuaikan kondisi ekonomi dan pasar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Faktor-faktor pendirian BPRS Adam Bengkulu, terdiri dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah keinginan dari dalam diri. Sedangkan faktor eksternal, (1) menanggulangi inflansi, (2) keinginan menanggulangi tengkulak, (3) perkembangan zaman dan teknologi, (4) kebutuhan sosial atau masyarakat dan (5) UMKM.
2. Strategi mengembangkan BPRS Adam yaitu, (1) menentukan logo dan moto, (2) menentukan strategi produk, (3) menentukan harga, (4) menentukan lokasi dan *layout*, (5) strategi promosi, (6) strategi pengembangan.
3. Prioritas strategi bersaing BPRS Adam Bengkulu adalah mengutamakan prinsip-prinsip strategi syariah dan mengikuti perubahan kondisi ekonomi dan pasar.

B. Saran

BPRS Adam Bengkulu sebaiknya lebih mengembangkan strategi-strategi yang ada agar tetap bisa bersaing dengan bank-bank lain. Sehingga BPRS Adam semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat khususnya masyarakat di daerah Bengkulu

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012, h. 34
- Amin Widjaya Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2002, h. 160
- Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016, h. 125
- Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial:Berbagai alternative pendekatan*, Jakarta:Kencana,2011, h.172
- BN. Maribun, *Kamus Manajemen*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2003, h. 276
- Chandra, M. Jeffri Arlinandes, *Kewenangan Bank Indonesia dalam Pengaturan Pengawasan Perbankan di Indonesia Setelah Terbitnya Undang-undang No 21 Tahun 2011 tentang OJK*, Bengkulu : CV. Zigie Utama, 2018, h. 72
- Edi Sutrisno, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri BSM Kantor Cabang Pembantu KCP Curup*, Skripsi, Jur. Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2015, hlm. 92
- EM Zulfajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Jakarta : Difa Publisher, 2007, h. 722
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Press, 2011, cet.ke 5, h.3
- Farancis Tantri, *Pengantar Bisnis*, Jakarta : Rajawali Pers, 2009, h. 4
- Galvan Yudhistira, <https://keuangan.kontan.id/news/ojk-jumlah-bank-saat-ini-116-di-indonesia>, diakses pada tanggal 20 September 2020
- George Stainer dan John Minner, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Erlangga, h.70
- Gita Rosiana, <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20180209110505-29-3902/cita-cita-indonesia-punya-bank-syariah-rakak> keluar dari pokok pikisasa diakses pada tanggal 10 April 2018 pukul 19:08
- Griffin, Ricky W., *Manajemen*, Jakarta : Erlangga, 2004, h. 227
- <https://kbbi.web.id>, di akses pada Selasa, 16 Februari 2021, pukul 08.40 WIB

<https://sepositif.com/pengertian-prioritas>, di akses pada Selasa, 16 Februari 2021, pukul 09.00 WIB

Husein, Umar, *Strategi Manajemen In Action*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum, 2001, h.31

Id.m.wikipedia.org

Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, Modul, 2013, h. 18

Indari Pratiwi, *Strategi Bank Muamalah KCP Curup dalam Pemasaran Produk Tabunganku*, Skripsi, Jur. Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2016, hlm. 92

Joko Susilo, “*Rumusan Strategi Pengembangan PT BPRS Amanah Ummah dengan Pendekatan Analytic Network Proses*”, skripsi, Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2008.

Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2006, h. 169

_____*Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008, h. 2

_____*Pemasaran BANK*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 119-156

Lifah Agustina,*Strategi Pemasaran Koperasi Serba Usaha KSU Beringin Jaya dan Koperasi Simpan Pinjam KSP Sehati Cabang Sindang Jati*, Skripsi, Jur. Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2017, hlm. 83

Lilis Ariska,*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dan Qurban Pada PT. BPRS Safir Bengkulu Cabang Curup*, Skripsi, Jur. Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2017, hlm. 79

Marlizar, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Strategi yang Efektif dalam Industri BANK Syariah*, Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh, Vol. 8, No. 1, 2018, h. 105-106

Midawiah, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syari'ah Cabang Makassar*, skripsi. jur. Ekonomi Islam pada fakultas syari'ah dan hukum UIN Alauddin makassar. 2012. Hlm. 82

Milva Avtasi, *Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Marketing Mix pada BMT Pat Sepakat*, Skripsi, Jur. Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Curup, 2017, hlm. 77

Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, Jakarta: Pustaka Amani, 1996, h. 462

Murdifin Haming, Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur Dan Jasa*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007, h. 42.

Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert, *Bisnis*, Edisi Kedelapan, Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama, 2007, h.19

Robert, Sukarman, Nurmiati, dkk., *Manajemen Bisnis*, Medan : Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 77

Sandy Rheza, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan pelajar (Simpel) Di bank BRI Syari'ah Kc Purwokerto*, DIII. jur. Manajemen Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. 2016. Hlm. 63

Siswanto Sutojo, *Studi Kelayakan Proyek Teori & Praktek*, Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1996, h. 34

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h. 198

Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung:Alfabeta, 2015, hal.338

_____ *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 329

Suharsimin Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta 2005), h 8

Syarif Wijaya, *Lembaga-lembaga Keuangan dan Bank*, Yogyakarta : BPFPE, 2000, h. 6

Uki Pebruari, "*Analisis Faktor Strategi Pemasaran Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BMT Sahara TulungAnggung*", Skripsi, (Jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2015).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan

Wisnu, Dicky, *Teori Organisasi dan Struktur Desain*, Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2019, h. 8-9

Y. Sri Susilo, dkk., *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta : Salemba Empat, 2000, h. 2-3

Yacob Ibrahim, *Sudi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2003, h. 116

Yusanto, M. I. dan M. K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta : Gema Insani, 2008, h. 93

Yustinus dan Veronika, *Kepemimpinan Integratif*, Depok : PT. Kanikus, 2020, h. 5