ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PROGRAM TABUNGAN UTSMAN UNTUK MEMBANTU PERMODALAN PEDAGANG DI KOTA BUKITTNGGI

SKRIPSI

"Diajukan Untuk Memenuh Salah Satu Syarat Akhir Guna Memperolah Gelar Sarjana Ekonomi"

Disusun Oleh :

Indah Permata Sari

3320358

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

TA 2024/144 M

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis jasa perbankan syariah yang semakin berkembang membuat persaingan dalam perbankan syariah semakin ketat terutama bagi usaha yang sasaran segmen pasarnya serupa. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bank syariah berdiri di Indonesia. Timbulnya tingkat persaingan dalam bank syariah ditandai dengan maraknya produk, jasa atau program yang ditawarkan oleh bank syariah. Sehingga para pelaku bisnis dituntut untuk menciptakan suatu keunggulan dibanding dengan para pesaing.[1]

Para pemilik usaha bank syariah harus seoptimal mungkin menjaga kualitas mutu pelayanan agar tetap eksis dibidang usaha jasa yang ditekuni. Banyaknya perbankan syariah di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat, adanya persaingan ini membuat sistem yang dikembangkan oleh Bank lebih baik lagi di antaranya mempertahankan nasabahnya dan menarik masyarakat untuk menjadi nasabah agar tidak beralih kepada bank syariah lainnya yang menjadi pesaing Bank itu sendiri.[2]

Dalam penghimpunan dana, Bank Syariah harus memperhitungkan dua

---

[1] Eka Afridayani Fitria,*"Pengaruh Ekspor, Tabungan Bruto da Pembentukan Modal Bruto Terhadap Pertumbuha Ekonomi, Growth : Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan,*1.2 (2022),110-23.

[2] Alfiona Doni, A.H Al-Amin,A.A,"*Efek Pendapatan dan Subsidi ditinjau dari Ekonomi Islam dan Konvensional",Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Syariah.*3 (2022),144-51

hal yaitu pertama asas dana yang sehat dan benar, kedua prosedur persetujuan, dokumentasi, administrasi dan pengawasan penghimpunan dana Bank Syariah menghimpun dana dalam jumlah yang terbatas sehingga Bank harus mampu mengidentifikasi berbagai sumber dana kemudian mengemasnya menjadi berbagai produk yang bernilai jual. Oleh karena itu, Bank syariah harus perlu melakukan strategi agar dapat secara optimal menghimpun dana dari anggota. Dalam Bank Syariah, hubungan antara Bank dan nasabah adalah sebagai mitra.[3]

Dimana dalam Bank Syariah sebagai investor dan anggota berhak menerima hasil investasi Bank. Selain itu, hubungan muamalah berdasarkan konsep kemitraan dan kebersamaan dalam *profit* dan *risk* akan lebih mewujudkan ekonomi yang lebih adil dan transparan. Untuk merebut calon nasabah maka Bank syariah harus berusaha keras. Nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian, sehingga berminat untuk membeli yang ditawarkan. Maka Bank perlu melakukan strategi untuk mengembangkan produk agar dapat menarik minat Nasabah. Pertumbuhan setiap Bank Syariah sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat, baik skala kecil maupun besar dengan masa pengendapan yang memadai, dan harus diiringi dengan usaha rofesional untuk menyiakan layanan yang memuaskan anggota.

Dengan kondisi itu lembaga keuangan (Bak Syariah) tidak berdiam diri

[3] Indra Suhendra and Dita Ayu Irawati, „Pengaruh Tabungan, Pengeluaran Pemerintah Dan Investasi Swasta Terhadap Produk Domestik Bruto Di Indonesia", Jurnal Ekonomi-Qu, 6.2 (2016), 256– 75

menunggu nasabah dan untuk itu diperlukan faktor penunjangnya, seperti adanya tenaga kerja yang terampil, system operasional yang baik sarana yang memadai, serta usaha pemasaran yang efektif dan kompetitif guna memberikan pelayanan dan kesan yang baik untuk para anggota. Keberagaman produk dan jasa sebagai ciri khas Bank Syariah. Bank Syariah perlu terus melakukan inovasi produk dan dapat mengekplorasi kekayaan skema keuangan yang variatif dan sekaligus bisa menunjukkan perbedaan dengan lembaga keuangan lainnya. Maka dari itu hampir seluruh Bank Syariah melakukan pengembangan produk yang menghasilkan inovasi-inovasi baru pada produk agar dapat mempertahankan nasabah lama serta dapat menarik anggota baru.

Untuk dapat meningkatkan jumlah simpanan Bank Syariah, banyak sekali Bank Syariah yang melakukan inovasi terhadap produk tabungan sehingga produk tabungan menjadi lebih bervariasi. Hal ini pula yang mendorong perkembangan jenis produk tabungan menjadi beragam. Beberapa contoh produk tabungan antara lain : tabungan harian, pendikan, berhadiah undian dan tabungan yang bekerja sama dengan perusahaan asuransi. Ini tentunya juga dapat membuktikan bahwa bukan hanya perbankan saja yang dapat mengembangkan produk-produknya sehingga dapat menghasilkan variasi dalam produk, tetapi lembaga keuangan syariah juga dapat mengembangkan produknya menjadi produk-produk yang lebih variatif.

Hal serupa juga dilakukan oleh BPRS Jam Gadang Bukittinggi yang

beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.52A, Pakan Kurai, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi yang meluncurkan Produk Tabungan yang diberi nama Tabungan Utsman. Tabungan Utsman adalah program tabungan untuk mencicil pembiayaan melalui program Murabahah dengan subsidi margin 100% oleh pemerintah Kota Bukittinggi Dengan tujuan untuk meningkatkan ekonomi para pelaku usaha mikro.

Dalam fatwa DSN No:04/DSN/MUI/IV/2000, yakni tentang murabahah menyatakan bahwa “pihak Bank akan membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dengan atas nama Bank itu sendiri, dengan ketentuan bahwa akad transaksi tersebut harus bebas dari riba.” Pembiayaan murabahah adalah pembiayaan dana dari pemilik modal, baik Lembaga Keuangan Syariah maupun Bank Syariah kepada nasabah untuk membeli barang dengan menegaskan harga belinya barang dan pembeli (nasabah) akan membayarnya dengan harga yang lebih, sebagai keuntungan pemilik modal sesuai yang disepakati, dan masih banyak lagi Produk Tabungan ataupun pembiayan yang disediakan oleh pihak Bank kepada nasabahnya.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah dan Jumlah Dana yang Keluar pada PT BRS Jam Gadang Bukittinggi 2022-2023

Tahun	Bulan	Jumlah Nasabah	Jumlah Dana
2022	Maret -Desember	1.917	RP. 14.581.200.000
2023	Januari – Mei	1327	Rp. 11.806.600.000

Sumber : PT BPRS Jam Gadang Bukittinggi (Data 2022).

Dari tabel di atas dapat di lihat bahwa produk Tabungan Ustman PT.BPRS Jam Gadang Bukittinggi telah mengeluarkan pencairan dana pada bulan Maret, Masyarakat yang mendaftar sebanyak 2000 orang sedangkan yang memenuhi syarat sebanyak 1.917 orang. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat ada beberapa orang yang tidak dapat menerima dana tersebut di karenakan tidak memenehui syarat seperti ada yang bermasalah di Bank lain dan persyaratannya tidak lengkap, oleh karena itu masyarakat tersebut tidak dapat menerima dana dari Tabungan Utsman. Dan bagi yang menerima dana dari Tabungan Utsman karena sudah memenuhi syarat dan tidak memiliki masalah di Bank lain.

Tahun 2022 sebesar Rp 2.575.000.000 dana sudah dialokasikan, dan untuk tahun 2023 kembali dialokasikan sebesar Rp 2.500.000.000. Jika support dana ini masih dibutuhkan, maka pada anggaran perubahan akan dialokasikan kembali. Mereka mereka itu adalah pelaku UMKM sebenarnya. Ada yang berjualan keliling, ada pedagangan asongan, ada pedagang kali lima dan pedagang kecil lainnya yang berada di sekitaran Kota Bukittinggi.

Namun perlu diketahui, meskipun Tabungan itu dari sisi tingkat bunga tergolong murah, tidak lantas biaya secara total selalu murah karena sangat tergantung biaya *overhead* yang dikeluarkan. Biaya *overhead* ini berasal dari beban operasional diluar pembayaran bunga kepada anggota. Apalagi dalam proses pengembangan produk baru Tabungan Utsman ini perlu memperkirakan anggaran atau biaya yang dikeluarkan untuk proses pengembangan produk.

Selain itu Tabungan Utsman hanya mengalokasikan dananya terakhir di tahun 2023 tepatnya pada bulan Mei tahun lalu, setelah itu hingga kini tahun 2024 BPRS Jam Gadang belum membuka kembali penambahan jumlah nasabah. Hal ini dikarenakan masih banyak hal yang harus dipertimbangkan lagi oleh pihak bank, karena mengingat Program Tabunga Utsman ini adalah Program baru aang dibuat oleh BPRS Jam Gadang Bukittinggi bersama Walikota Bukittinggi.

Berdarsarkan hasil wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti Pembiayaan utsman yang dilakukan oleh nasabah sangat berpengaruh terhadap besarnya pendapatan bank, karena apabila pembiayaan yang dilakukan mengalami keuntungan maka akan berdampak pada bank,

begitupun sebaliknya apabila mengalami kerugian maka pendapatan bank juga akan berkurang,sejak adanya tabungan utsman ini pendapatan di bank tersebut mengalami peningkatan yang sangat drastis begitupun dengan nasabahnya.

Pelaksanaan pembiayaan yang dilakukan sama halnya dengan pembiayaan pada umumnya, dengan cara nasabah datang ke BPRS Jam Gadang dengan membawa syarat-syarat untuk mengajukan permohonan pembiayaan utsman, kemudian AO (*Account officer*) akan melakukan wawancara awal dan dan memeriksa kelengkapan persyaratan, untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan sebelum on the spotke lokasi usaha dan rumah tempat tinggal calon nasabah, kemudian AO (*Account Officer*) akan meminta data iDep untuk mengetahui apakah calon nasabah sudah pernah mendapatkan fasilitas pembiayaan dari bank lain.

Jika iDeb yang di peroleh bahwa calon nasabah sudah pernah mendapatkan fasilitas pembiayaan dan kualitas pembiayaannya tergolong dalam perhatian dan/atau macet, AO (*Account Officer*) akan menghubungi calon nasabah kembali untuk memberitahu bahwa permohonannya di tolak, jika sebaliknya AO (*Account Officer*) akan melakukan on the spotke lokasi usaha dan rumah calon nasabah.saat on the spot AO (*Account Officer*) akan melakukan wawancara lanjutan untuk memperoleh dan menganalisa informasi yang akan dituangkanoleh AO (*Account Officer*) dalam bentuk appraisal dan diajukan ke komite pembiayaan, dan selanjutnya persetujuan dari Direksi BPRS.

Setelah permohonan disetujui oleh Direksi, maka proses selanjutnya AO

(*Account Officer*) akan menghubungi calon nasabah untukmemberitahu bahwa permohonannya disetujui dan diproses untuk pencairan.

Adapun dampak dari Program tabungan utsman ini adalah di lihat dari pembiayaan nasabah yang bermasalah mengakibatkan kualitas *bi checking* nasabah akan ditolak di bank manapun. Dan dampak selanjutnya dikarenakan pembiayaan utsman ini tanpa jaminan sangat fatal bagi bank, karena pembiayaan utsman ini bersifat tanpa jaminan hanya dengan sstem kepercayaan saja, jika nanti ada nasabah yang tidak membayar/ macet pembiayaannya akan berimbas kepada kredibilitas bank.

Setiap perusahaan membuat strategi pemasaran untuk menarik pelanggannya. Hal tersebut juga terjadi pada industri perbankan, termasuk perbankan syariah. Demikian juga halnya BPRS Jam Gadang terus melakukan kegiatan pemasaran secara terpadu. Terutama melalui pengembangan produk dan beragam kegiatan promosi guna memacu pertumbuhan permintaan terhadap produknya.

Sebelum melakukan pemasaran bank juga harus melakukan proses perencanaan terlebih dahulu. Proses perencanaan ini dilakukan oleh manajer pemasaran. Manajer pemasaran harus membagi-bagi pasar, memilih sasaran pasar yang sesuai dan mengembangkan penentuan posisi nilai produk. Rumusan pembagian (*Segmentation*), penentuan sasaran (*Targetting*) dan penentuan posisi (*Positioning*) adalah esensi dari manajemen pemasaran yang paling efektif.

Pemasaran sangat diperlukan oleh perbankan maupun badan usaha lain.

Kegiatan pemasaran dilaksanakan mulai pada perencanaan, penentuan produk, harga, distribusi, dan cara mempromosikannya dengan maksud memuaskan kepentingan nasabah. Strategi inilah yang kemudian digunakan untuk memenuhi tujuan bank, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Pemasaran pada produk bank memiliki berbagai strategi meliputi strategi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Di lihat dari prakteknya, PT.BPRS Jam Gadang Bukittinggi dalam pembiayaan Tabungan Ustaman memberikan kuasa kepada nasabah untuk membeli barang yang di perlukan sebagai modal usaha nasabah tersebut atas nama bank,pembayaran dapat dilakukan secara angsuran ataupun ditangguhkan sesuai dengan kesepakatan antara bank dan nasabah.

B. Identifikasi Masalah

Dari Latar Belakang Masalah yang penulis uraikan, maka permasalahan yang timbul adalah :

1. Adanya dampak financial dari Program Tabungan Utsman terhadap Permodalan para pelaku UMKM di Kota Bukittinggi.
2. Adanya potensi resiko yang dihadapi oleh pedagang maupun dari Program itu sendiri.
3. Adanya hambatan atau kendala yang membuat sebagian pedagang tidak aktif dalam program tersebut

C. Batasan Masalah

Sampel penelitian akan dibatasi hanya pada Nasabah PT BPRS Jam Gadang Bukittinggi yang menggunakan produk Tabungan Utsman saja.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti merumusan masalah Bagaimana Strategi dan Kendala dalam pengembangan Tabungan Utsman terhadap Kesejahteraan Pedagang.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui analisis strategi segmentasi pasar pada produk Tabungan Utsman di BPRS Jam Gadang Bukittinggi.
2. Untuk Menilai sejauh mana Program Tabungan Utsman efektif dalam memberikan dukungan permodalan kepada pedagang di Kota Bukittinggi.
3. Untuk Menilai dampak finansial Program Tabungan Utsman terhadap kesejahteraan ekonomi pedagang.
4. Untuk Mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin dihadapi oleh pedagang atau program Tabungan Utsman.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis :

a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan, acuan, dan rujukan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu yang berkaitan dengan muamalah khusunya pada bidang Perbankan Syariah dan dapat dijadikan sarana yang tepat untuk mengetahui dan mamahami secara mendalam mengenai transaksi-tansaksi yang terjadi di BPRS Jam Gadang Bukittinggi atau lembaga keuangan syariah lainnya, terutama yang berkaitan dengan strategi pemasaran, juga diharapkan nantinya akan berguna sebagai bahan kajian bagi penelitian yang selanjutnya.
b. Dengan mengeksplorasi dampak program di tingkat lokal (Kota Bukittinggi), penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada teori pembangunan lokal, membantu memahami bagaimana program permodalan dapat memainkan peran dalam pengembangan ekonomi lokal.
c. Menjelaskan dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi partisipasi pedagang dalam program permodalan, dapat memberikan wawasan teoritis tentang motivasi dan hambatan partisipasi dalam program serupa.

2. Manfaat Praktis
   a. Hasil penelitian dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi pedagang di Kota Bukittinggi dengan memberikan rekomendasi untuk perbaikan program dan pemberdayaan pedagang.
   b. Memberikan informasi bagi lembaga keuangan atau penyelenggara program serupa untuk memahami apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas dukungan permodalan yang mereka berikan

F. Penjelasan Judul

Analisis	Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam suatu keseluruhan yang terpadu.
Strategi	Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu.
Pengembangan	Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan.
Program	Rancangan struktur, desain, kode skema, maupun bentuk yang lainya dengan yang disusun sesuai alur algoritma tujuan mempermudah suatu Permasalahan

Tabungan	Tabungan adalah simpanan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

1. Pengertian BPRS

Sebelum lahirnya BPR Syari'ah di Indonesia, masyarakat terlebih dahulu mengenal adanya Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Menurut UU No. 21 Tahun 2008 disebutkan bahwa BPR adalah bank konvensional yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dimana BPR konvensional masih menerapkan sistem bunga dalam operasionalnya. Maka dari itu, harus dibedakan antara BPR Konvensional dan BPR Syari'ah. Perbedaan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah sebagai berikut:[4]

a. Akad dan aspek legalitas

   Dalam BPR Syari'ah akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Sering nasabah berani melanggar kesepakatan atau perjanjian yang telah dilakukan bila hukum hanya berdasarkan hukum positif.

b. Adanya Dewan Pengawas Syari'ah dalam struktur organisasinya

[4] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPM, 2002).

yang bertujuan mengawasi praktik operasional BPR Syari'ah agar tidak menyimpang dari prinsip Syari'ah.

c. Penyelesaian sengketa yang terjadi dapat diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syari'ah maupun Pengadilan Agama.
d. Usaha dan usaha yang dibiayai tidak boleh bersifat ilegal, meragukan atau menimbulkan kerugian bagi pihak lain.
e. Praktik operasional BPR Syari'ah, baik untuk penghimpunan maupun penyaluran pembiayaan, menggunakan sistem bagi hasil dan tidak menggunakan sistem bunga

Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prisnsip Syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukumnya dapat berupa: Perseroan Terbatas/PT, Koperasi atau Perusahaan Daerah (Pasal 2 PBI No. 6/17/PB1/2004). Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 menyebutkan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) yaitu Bank Syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.[5]

Yang perlu diperhatikan dari ketentuan diatas adalah kepanjangan dari

[5] LL.M Khotibul Umam ,S.H., *Trend Pembentkan Bank Umum Syariah Pasca Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 (Konep, Regulsi, Dan Implementasi)* (Yogyakarta, 2009) <BPFE Yogyakarta>.

BPR Syari'ah yang berupa Bank Perkreditan Syari'ah. Ini berarti semua peraturan perundangan-undangan yang menyebut BPR Syari'ah dengan Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah harus dibaca dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS).[6]

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu perpanjangan tangan dari lembaga keuangan syariah yang memiliki core kegiatan usaha pada pendanaan dan pembiayaan kepada sektor-sektor riil untuk mengangkat perekonomian masyarakat. Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 tetang ketentuan umum menyebutkan bahwa pengertian BPRS adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Selanjutnya pada pasal 2 dijelaskan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasakan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehatia-hatian. Sedangkan pengertian pembiayaan disini adalah pendanaan yang diberikan suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan

[6] Hasan Zubairi, *Undang-Undang Perbankan Syariah Titik Temu Hukum Islam Dan Hukum Nasional* (Yogyakarta: PT Rajagrafido persada, 2009).

BPRS juga merupakan lembaga keuangan yang dibentuk untuk melayani kebutuhan pelayanan jasa-jasa perbankan bagi masyarakat ekonomi lemah, terutama usaha kecil di Indonesia. Peran BPRS kepada usaha kecil dianggap penting bagi peningkatan pembiayaan usaha mikro dan kecil karena selama ini usaha kecil sebagai sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia memerlukan suntikan. modal dari pihak luar. Peran usaha kecil yang besar ditunjukkan oleh kontribusinya terhadap produksi nasional, jumlah unit usaha dan pengusaha, serta penyerapan tenaga kerja. Meskipun demikian, perkembangan usaha kecil di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam pemenuhan modal usaha dri lembaga keuangan formal serperti bank.[7]

2. Produk Perbankan

Pengertian Produk dalam Islam adalah suatu yang dihasilkan proses produksi yang baik, bermanfaat dapat dikonsumsi, bedaya guna dan dapat menghasilkan perbaikan material, moral dan spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang islam merupakan pengertian produk dalam islam. Barang dan ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan.[8]

---

[7] Azriani et al, 'Peranan Bank Prekreditan Rakyat Terhadap Kinerja Usaha Kecil Di Sumatra Barat', 2006.

[8] Kholifah, *Pola Pengembangan Produk Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Manajemen Operasionl PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik*, 2018.

Tetapi barang dalam ekonomi islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan juga berdayaguna secara moral. Menjaga kualitas produk dan jasa bahkan memperbaiki kualitasnya harus selalu dilakukan. Jangan sampai kualitas produk tidak sesuai dengan seharusnya. Rasulullah SAW dimasa mudanya selalu berbisnis dengan menjaga kualitas barang dagangan sehingga beliau menjadi sangat dipercaya oleh pelanggannya. Beliau pernah menegur keras seorang pedagang kurma yang menyembunyikan kurma berkualitas rendah pada tumpukan bawah dagangannya. Inovasi terhadap produk dan jasa juga harus terus dilakukan, sebagaimana hadist Rasulullah yang mengingatkan bahwa kehidupannya hari ini harus lebih baik dari kemarin. Orang yang kehidupannya sama dengan kemarin disebut merugi, apalagi yang lebih buruk dari kemarin.[9]

Beberapa produk perbankan yaitu :

1. Produk Penghimpunan Dana

   Pada dasarnya, bentuk-bentuk produk penghimpunan dana yang ada pada bank konvensional maupun bank syariah adalah sama. Bank konvensional maupun bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, dan deposito.

   1) Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat

[9] M. Zakaria & Sulaiman, *Jejak Bisnis Rasu. Hikmah*, 2010

dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan. Produk giro pada bank syariah diatur di dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.: 01/DSNMUI/IV/2000 tentang Giro.

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/ atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Produk tabungan pada bank syariah diatur di dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.: 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan.

2) Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank. Produk deposito pada bank syariah diatur di dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.: 03/DSN- MUI/IV/2000 tentang Deposito.

2. Produk Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana pada bank konvensional disebut dengan kredit. sedangkan produk penyaluran dana

pada bank syariah disebut dengan pembiayaan Dalam bahasa latin, kredit disebut *'credere*", yang artinya percaya.[10]

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dijelaskan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain, yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Adapun produk-produk pembiayaan yang ada pada bank syariah yaitu pembiayaan berdasarkan akad jual beli, pembiayaan berdasarkan akad sewa-menyewa. pembiayaan berdasarkan akad bagi hasil, dan pembiayaan berdasarkan akad pinjam- meminjam yang bersifat sosial.

3. Produk Pelayanan Jasa

Pada dasarnya, bentuk-bentuk produk pelayanan jasa perbankan yang ada pada bank konvensional maupun bank syariah adalah sama. Adapun bentuk-bentuk

[10] Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (jakara: Rajawali Pers, 2012).

produk pelayanan jasa perbankan syariah yaitu:

1. Hawalah, Hawalah adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam mengaplikasikan akad hawalah pada produk perbankan syariah paling tidak terdapat tiga pihak yang diantaranya diikat dengan perjanjian, yaitu bank, nasabah, dan pihak yang mempunyai utang kepada nasabah.
2. Kafalah. Akad kafalah adalah akad pemberian jaminan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain, dimana pemberi jaminan (*kafil*) bertanggung jawab atas pembayaran kembali utang yang menjadi hak penerima jaminan (*makful*). Pernyataan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad). Dalam akad kafalah, penjamin dapat menerima imbalan (*fee*) sepanjang tidak memberatkan. Kafalah dengan imbalan bersifat mengikat dan tidak boleh dibatalkan secara sepihak.

3. Wakalah, Akad wakalah adalah akad pemberian kuasa kepada penerima kuasa untuk melaksanakan suatu tugas atas nama pemberi kuasa.
4. Rahn, Menurut syariah, rahn adalah menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan ditarik kembali. Rahn juga bisa diartikan menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syariah sebagai jaminan utang, sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utangnya semuanya atau sebagian.

   Dengan kata lain, rahn adalah akad berupa menggadaikan barang dari satu pihak kepada pihak lain dengan utang sebagai gantinya. Bank tidak boleh menarik manfaat apapun kecuali biaya pemeliharaan atau keamanan barang yang digadaikan tersebut. Murtahin (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan marhun (barang) sampai semua hutang rahin (yang menyerahkan barang) dilunasi.

Marhun dan manfaatnya tetap menjadi milik rahin. Pada prinsipnya, marhun tidak boleh dimanfaatkan oleh murtahin kecuali seizin rahin, dengan tidak mengurangi nilai marhun dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya. Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman. Apabila rahin tetap tidak dapat melunasi hutangnya, maka marhun dijual paksa / dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.

Hasil penjualan marhun digunakan untuk melunasi hutang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar, serta biaya penjualan. Kelebihan hasil penjualan menjadi milik rahin dan kekurangannya menjadi kewajiban rahin.

5. Sharf, Secara harfiah, sharf diartikan sebagai penambahan, penukaran, penghindaran, pemalingan, atau transaksi jual beli. Secara istilah, sharf adalah perjanjian jual beli suatu

valuta dengan valuta lainnya.

B. Pengembangan Produk

1. Pengertian Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan penelitian terhadap produk yang sudah ada untuk dikembangkan lebih lanjut agar mempunyai tingkat kegunaan yang lebih tinggi dan lebih disukai konsumen.[11]

Tujuan dari pengembangan produk adalah agar barang atau jasa yang dihasilkan selalu sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan selera masyarakat. Dengan demikian barang yang dihasilkan akan selalu dapat diminati dan dibutuhkan masyarakat. Tujuannya adalah agar barang atau jasa yang dihasilkan dapat selalu meningkat penjualannya, sehingga keuntungan perusahaan dapat selalu berkembang dan meningkat. Keuntungan yang meningkat akan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan.[12]

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengertian produk menurut Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli dan untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk terdiri dari dua jenis yaitu berkaitan dengan fisik

[11] Nasution, *Metode Research (Penelitian Alamiah)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011).

[12] Nasution, *Metode Research (Penelitian Alamiah)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011).

atau benda berwujud, seperti buku, meja kursi, rumah dan mobil, serta produk tidak berwujud seperti jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.[13]

Istilah produk yang gunakan disini cukup luas, yaitu terdiri dari objek fisik, jasa, tempat (places) dan organisasi. Menurut Wardiah prinsip- prinsip prilaku konsumen dapat diaplikasikan pada empat bidang dari proses pengembangan produk baru:[14]

a) Pembangkitan Ide (*ide generation*) Konsep prilaku konsumen mungkin memiliki dampak terbesar terhadap fase pembangkitan ide (ide generation) dari pengembangan produk baru. lima bidang utama dari analisis prilaku konsumen yang berguna bagi para manajer ketika mereka sedang menghimpun ide-ide untuk produk baru adalah:
    a. Sikap konsumen
    b. Perubahan gaya hidup
    c. Faktor-faktor situasional
    d. Budaya lainnya
    e. Dan subbudaya

[13] Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 12th edn (Jakarta: Indeks, 2016).
[14] Wardiah, *Dasar Dasar Perbankan* (Bandung: Pustaka Setia, 2013).

b) Pengujian Konsep (*concept testing*)

Meliputi pengujian awal tentang ide produk. Konsep produk adalah “keinginan konsumen di mana perusahaan mencoba untuk membentuknya menjadi sebuah ide produk”. Misalkan konsep produk untuk komputer pribadi yang baru adalah membuat komputer yang diinginkan konsumen sebagai produk yang mudah digunakan, mudah dibawa, IBM-compatible, yang kuat, dan murah harganya. Untuk menentukan apakah ada pasar untuk konsep produk seperti itu, perusahaan harus melakukan analisa pemosisian-produk serta survei untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap konsep seperti ini.

c) Pengembangan produk (*product development*)

Jika perusahaan menemukan bahwa apa yang dirasakan konsumen terhadap konsep produk tersebut sesuai dengan maksud manajemen, maka dimulailah proses pengembangan produk (*product development*) Yang terdiri dari pengembangan, pengujian, pemberian nama, dan pembuatan prototipe kemasan. Berbagai konsep prilaku konsumen sebagian penting pada fase ini. sebagai contoh, para peneliti harus berusaha mencari tahu bagaimana para

konsumen memproses informasi tentang produk. Apakah produk ini mudah dipergunakan (misalnya, tidak terlalu kompleks bagi rata-rata konsumen pada umumnya.

d) Pengujian Pasar (*market testing*)

Pengujian pasar (*market testing*) meliputi kegiatan penempatan produk melalui distribusi terbatas kepada konsumen dalam rangka mengidentifikasi masalahmasalah potensial dan menguji keseluruhan bauran pemasaran. Pada fase ini pengukuran tambahan yang berhubungan dengan sikap dilakukan untuk melihat apakah konsumen telah mendapatkan kepercayaan yang diharapkan, reaksi emosi, dan keinginan membeli.

2. Strategi Pengembangan Produk Perbankan

Strategi pengembangan merupakan suatu rencana yang digunakan perusahaan untuk memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran yang kemudian dapat memuasakan kebutuhan konsumen.

Strategi pemasaran yang diperlukan ialah bauran pemasaran atau *Marketing Mix*. Marketing mix merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern dan kumpulan alat pemasaran terkendali yang dipadukan oleh perusahaan dengan tujuan dapat menghasilkan respon

yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri atas hal-hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk memengaruhi permintaan produknya.[15]

Sadono Sukirno dkk, mendefiniskan marketing mix sebagai sekumpulan kegiatan yang saling berhubungan, yang disusun dengan tujuan mengetahui kebutuhan konsumen dan seterusnya, dapat mengembangkan barang yang dibutuhkan, menentukan harganya, untuk selanjutnya mendistribusikannya dan mempromosikannya. *Marketing mix* dikelompokkan menjadi empat variabel yang disebut dengan 4p yaitu, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).[16]

Kondisi perkembangan zaman yang semakin maju membuat elemen *marketing mix* meluas menjadi 7p yaitu, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*).

a. Produk (*product*)

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan

[15] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Emban Patria, 2001).
[16] Sukirno Sadino, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004).

kebutuhan kita katakana sebagai produk. Dalam praktiknya produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba atau dirasakan. Contohnya buku, mobil, meja, dan lain-lain. Sedangkan produk yang tidak berwujud biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat kegiatan organisasi, dan ide-ide. Strategi produk yang dilakukan oleh perbankan dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut : [17]

a) Penentuan logo dan moto

Logo merupakan ciri khas suatu bank, sedngkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat baik harus dirancang dengan benar. Pertimbangan pembuatan logo dan moto adalah sebagai berikut:

1) Memilki arti (dalam arti positif)
2) Menarik perhatian
3) Mudah diingat

[17] Kasmir.

Menciptakan merek, Merek merupakan suatu tanda bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, symbol, desain, atau kombinasi dari semuanya. Agar merek mudah dikenal masyarakat, penciptaan harus mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut:

1. Mudah diingat
2. Terkesan hebat dan modern
3. Memiliki arti (dalam arti positif)
4. Menarik perhatian

b) Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah disampig juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, bilyet, gilro atau kartu kredit. Penciptaan kemasan harus memenuhi berbagai persyaratan, seperti:

1) Kualitas kemasan (tidak mudah rusak)

2) Bentuk atau ukuran termasuk desain menarik

3) Warna menarik

c) Keputusan label.

Label merupakan sesuatu yang diletakkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label harus dijelaskan:

1) Siapa yang membuat

2) Dimana dibuat

3) Kapan dibuat

4) Cara menggunakannya

5) Dan informasi lainnya

b. Harga (*price*)

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan bauran pemasaran, penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menetukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati barang yang

ditawarkan.[18]

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Definisi diatas mempunyai konsekuensi bahwa seluruh kegiatan perusahaan termasuk keuangan, teknik, produksi, personalia, dan pemasaran harus diarahkan pada kebutuhan konsumen, kepuasan dan nilai serta perolehan laba perusahaan yang layak dalam jangka panjang.

Dengan adanya penentuan harga, maka akan menjadi mudah. Penentuan harga oleh suatu bank dimaksudkan untuk berbagai tujuan yang akan dicapai. Dalam penetapan harga, perusahaan memiliki beberapa tujuan, diantaranya :

1) Untuk bertahan hidup
2) Untuk memaksimalkan laba
3) Untuk memperbesar market share
4) Mutu produk
5) Pesaing

Harga adalah nilai dari suatu barang yang dapat diukur

[18] Irawan, *Manajemen Pemsaran Modern* (Yogyakarta: Liberti, 2003).

dengan sejumlah uang. Dari nilai itu, perusahaan atau seseorang dapat memberikan barang atau jasa kepada pihak lain yang dimilkinya. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan di perusahaan karena harga penentu bagi permintaan pasar. Penetuan tentang harga tidak bisa dilakukan secara kebetulan. Pada produk yang umum, harga yang diturunkan dapat menaikkan penjualan sedangkan pada produk yang membawa citra yang bergengsi, kenaikan harga akan menaikkan penjualan karena produk dengan harga yang tiggi akan menunjukkan prestasi seseorang.

c. Lokasi (*place*)

Setelah barang selesai dibuat dan siap dipasarkan, tahap selanjutnya adalah dalam proses pemasaran adalah menentukan metode dan rute yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar. Semua perusahaan semua perusahaan perlu melaksanakan fungsi distribusi, jika perusahaan ingin produk atau jas sampai ke tangan konsumen yang dituju. Para ahli atau pakar ekonomi sering menggunakan istilah faedah tempat, faedah waktu dan faedah milik untuk menunjukan nilai distribusi.[19]

[19] Lupiyoadi.

Sebuah bank yang ingin dikenal cepat pelayanannya, letak fisik bank harus berkonotasi jasa cepat, eksterior dan interior bank harus memiliki garis yang jelas dimana tata letak meja dan arus jalan harus direncanakan dengan hati-hati sehingga antrian tidak boleh terlalu panjang. Bila pelanggan harus mendatangi penyedia jasa, lokasi usaha, menjasi sangat penting. Bagi bisnis jasa seperti lembaga keuangan, lokasi mungkin salah satu alasan utama untuk langganan. Dalam jenis interaksi ini, penyedia jasa yang mengupayakan pertumbuhan dapat mempertimbangkan penawaran jasa mereka di lebih dari satu lokasi.

Dalam memilih lokasi tergantung dari keperluan lokasi tersebut, terdapat paling tidak lokasi yang dipertimbangkan sesuain dengan keperluan perusahaan yaitu antara lain :

1) Lokasi untuk kantor pusat
2) Lokasi untuk pabrik
3) Lokasi untuk gudang
4) Kantor cabang

d. Promosi (*promotion*)

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Promosi dalam pemasaran merupakan salah satu factor penentu keberhasilan dalam memasarkan suatu produk.

Meskipun keuntungan produk sangat bagus, apabila masyarakat belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut berguna bagi dirinya, maka masyarakat tidak akan pernah menggunakannya.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen, tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu tujuan promosi perusahaan yaitu menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru promosi merupakan kegiatan menberikan penjelasan untuk menyakinkan calon konsumen tentang barang atau jasa.

e. Orang (*People*)

Sumber daya manusia merupakan salah satu asset berharga dalam organisasi, mereka harus dirawat agar memberikan dampak positif bagi kelangsungan usaha. Berikut

merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada pelaku usaha mengenai pengendalian sumber daya manusia yang ada dalam melakukan operasional usaha.

f. Proses (*Process*)

Proses adalah gabungan dari semua aktivitas, yang terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Dalam bisnis baik barang ataupun jasa pihak pengelola harus mengedepankan proses faktor. Karena hal ini berhubungan secara langsung kepada konsumen selaku pihak yang menerima pelayanan jasa/menerima barang dari perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa proses merupakan adanya kagiatan yang dilakukan karyawan dan nasabah sehingga terjadinya interaksi antara keduanya dalam pelayanan jasa. Sesuai dengan SOP suatu lembaga tersebut.[20]

Ada hal yang harus diperhatikan seorang marketer/CEO bahwa dalam meningkatkan kualitas layanan bank, terdapat beberapa proses yaitu Rincian standar prosedur operasi, manual, dan deskripsi kerja,

[20] Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002).

Prosedur/complain masalah, Standar kinerja layanan (manual dan teknologi), Keterlibatan fungsional dan Tingkat *just in time delivery-lead times deleveries.*

g. *Physical Evidience* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik perusahaan terhadap jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa untuk konsumen yang berinteraksi, ditambah unsur tangible apa saja yang digunakan dalam mengkomunikasikan atau mendukung peranan dalam pemasaran jasa tersebut. Adanya bukti seperti logo, simbol perusahaan seragam pada karyawan, laporan, kartu nama, fasilitas yang dimilki. Yang bisa dikenal dan dirasakan baik dari konsumen maupun karyawan sendiri.

Dengan adanya bukti fisik konsumen bisa mengetahui akan keberadaan suatu lembaga tersebut atau nasabah yang datang ke kantor akan merasa nyaman dan betah, bisa dilihat dengan lingkungan yang bersih, parkiran yang tidak semeraut, dekorasi yang indah, serta penampilan para karyawan yang rapi dan sopan akan menunjukkan kompetensi mereka dibidangnya masingmasing, dengan memberikan aura yang positif kepada pelanggan.

C. Kajian Terdahulu

No	Nama,Tahun , dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ramadhanty (2021***) "Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Dalam Upaya Peningkatan Kapasitas UMKM Pada Bprs Ummu di Bangil Pasuruan"***	Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Keberadaan BPRS UMMU di Bangil Pasuruan sangat bermanfaat bagi masyarakat khususnya yang mempunyai usaha mikro kecil menengah karena dengan adanya pembiayaan dapat membantu dari segi permodalan, meningkatkan

			kemampuan berdagang dan membantu menopang perekonomian di Bangil Pasuruan.
2	Afkar dan Purwanto (2021) Uji Beda Pembiayaan Bermasalah pada Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Bank Umum Syariah di Indonesia Selama Pandemi Covid 19		situasi pandemi saat ini memberikan dampak tidak baik pada perolehan profitabailitas dari jenis pembiayaan musyarakah. Akad musyarakah dapat dikatakan sebagai jenis

			akad kerjasama usaha, dimana pihak bank syariah dan nasabah sepakat Kerjasama usaha dengan cara masing- masing menyetorkan modal, untuk risiko kerugian ditanggung sesuai porsi modal sedangkan untuk pembagian keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan dalam akad

			.
3	Cakhyaneu (2018) Analisis Pengembangan Produk Musyarakah Mutanaqishah Home Financing Di Perbankan Syariah Indonesia	Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan pola deduktif	Prioritas masalah dalam hal terkendalanya pengembangan produk MMq Home Financing dalam bingkai Metode ANP menurut Pakar, Praktisi dan Regulator adalah masalah Isu Legal/Struktural sedangkan solusi dan strategi dalam

			pengembangan Produk MMq Home Financing adalah masalah Sumber Daya Manusia (SDM) yaitu melalui Penyediaan SDM profesional yang ahli dibidang Home Financing dengan cara meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan intensif/training serta membuat dan melengkapi standar akuntansi khusus terkait produk MMq

			khususnya untuk Home Financing
4	Mailina (2017) Analisis Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil (Study BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung)	Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan pola deduktif	Pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha, mikro dan kecil (Study BNI Syariah) adalah cukup berkembang dan berhasil dilihat dari banyaknya nasabah yang menggunakan akad musyarakah dengan persentase

			sebesar 50% untuk pembiayaan musyarakah per maret 2017. Contoh usaha yang dibiayai oleh BNI Syariah yaitu antara lain : usaha tambak udang, usaha bahan bangunan, pedagang eceran seperti pupuk dan bawang. Dengan proses yang mudah akad musyarakah berhasil menjadi akad yang paling didominasi

			digunakan oleh para nasabah.
5	Arifah (2017) Strategi Pengembanga n Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil (Studi Kasus: BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas)	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan pola deduktif	Kembaran Banyumas dengan cara menekankan lagi ciri yang menonjol dari produk pembiayaan di banding dengan bank lain, pelayanan prima dan mengoptimalkan fungsi produk dengan mengapreasiasi

			para usahawan untuk meningkatkan penghasilannya

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu peneliti yang berusaha untuk menunturkan masalah yang ada sekarang berdasarkan dengan data-data yang menyajikan data menganalisis dan menginterpreksikan. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.

Selain itu penelitian deskriptif yaitu bentuk penelitian yang paling mendasar untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah maupun rekayasa manusia kemudian mengkaji dalam bentuk aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan fenomena lainnya. [22]

Penulis menerapkan pendekatan kualitatif ini karena pendekatan kualitatif menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti yakni terkait strategi pengembangan program Tabungan Utsman dalam membantu permodalan pedagang di kota Bukittinggi, serta kendala strategi pengembangan program Tabungan Utsman tersebut.

Selain itu memudahkan peneliti dalam menyajikan data secara langsung

antara peneliti dan informasi. Alasan digunakannya pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dikarenakan :

1) Peneliti secara aktif berinteraksi secara pribadi dengan informan sehingga peneliti dapat melihat individu secara holistik (utuh), sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat.
2) Penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara, melalui metode ini individu yang diteliti dapat diberi kesempatan agar secara sukarela mengajukan gagasan dan persepsinya.
3) Penelitian ini bersifat naturalistik (sebagaimana adanya), artinya data yang diperoleh sesuia dengan fakta (hasil yang diperoleh).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data- data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di PT BPRS Jam Gadang Bukittinggi.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian ialah sasaran dari penelitian, sasaran penelitian tersebut tidak tergantung pada judul dan topik penelitian tetapi secara konkret tergambarkan dalam rumusan masalah penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan program Tabungan Utsman yang ada di BPRS Jam Gadang Bukittinggi untuk membantu Permodalan para pedagang di Kota Bukitttinggi.

Subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sampel atau subjek yang dituju oleh peneliti untuk diteliti. Subjek penelitian dipilih secara sengaja dan menjadi informan yang akan memberi informasi yang diperlukan selama penelitian. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian dikenal dengan informan. Informan adalah tempat memperolehnya informasi yang dikumpulkan sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

1) Data Primer : data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama pada objek penelitian. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dapat berubah opini subjek (orang) secara atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Data primer dikumpulkan melalui wawancara informan yakni melalu karyawan serta para pedagang yang menggunakan Program Tabungan Utmas BPRS Jam Gadang Bukittinggi.
2) Data Sekunder : Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Ini merupakan data pendukung yang berasal dari buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan seperti buku manajemen pemasaran, Perbankan Syariah di Indonesia serta literature lain yang berhubungan dengan

pembahasan.

D. Teknik Pengumpula Data

Untuk menentukan data yang digunakan dalam penelitian, maka diperlukan teknik pengumpulan data agar fakta dan bukti yang diperoleh berfungsi sebagai data penelitian kualitatif pendekatan deskriptif ini menggunakan metode pengumpulan data yakni metode wawancara atau *interview*, teknik pengumpulan data dengan dokumen. Secara umum penelitian kualitatif terdapat beberapa teknik yaitu:

1. Wawancara (*interview*)

   Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini salah satunya dengan wawancara mendalam dengan informal yang dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa informan tersebut mengetahui dan dapat memberikan penjelasan tentang permasalahan yang peneliti kaji, yakni penelitian bertatap muka dan menanyakan secara lansung mengenai strategi pengembangan Program Tabungan Utsman di PT BPRS Jam Gadang Bukittinggi.

2. Observasi

   Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dugunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Dalam penelitian ini, pengamatan dilakukan secara langsung tentang Strategi Pengembangan Produk Tabungan utsman di

PT BPRS Jam Gadang Bukitinggi.[21]

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini penulis juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi. Pengertian dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah terjadi, dokumentasi tersebut berbentuk tulisan, gambar dan karya monumental dari seseorang.

Kemudian dokumentasi yang berupa tulisan seperti catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Selain itu adanya dokumentasi yang berbentuk gambar seperti foto, gambar hidup dan lain-lain. Dan dokumentasi merupakan pelangkap dari penggunaan metode wawancara.

Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi pendukung melalui dokumentasi foto, dan dokumen pendukung lain yang terkait dengan strategi pengembangan Program Tabungan Utsman di PT BPRS Jam Gadang Bukittinggi.

[21] Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Komunikasi, Ekonomi, Ebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainya), (Jakarta : Pranada Mendedia Group, 2007) Hal 118

E. Informan Penelitian

Informan merupakan orang yang sudah paham serta terlibat langsung dengan permasalahan penelitian yang dapat memberikan informasi. Informan yang dipilih dalam peneitian ini yaitu informan yang relevan dalam memberikan informasi mengenai Strategi Pengembangan Program Tabungan Utsman di PT.BPRS Jam Gadang Bukittinggi. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

NO	NAMA	JABATAN
1	Feri Irawan, SE.ME	Direktur Utama
2	Leni Andriani,SS	Internal Audit
3	Nurkasidah,Shi	Kepala Bagian Operasional
4	Fitri Nanda Amelia S.E	Kepala Bagian Dana
5	Yusra Rizal	Account Officer (AO)
6	Masyarakat / Nasabah	Pengguna Tabungan Utsman

F. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit melakukan sintesa, menyususn ke dalam pola memilih mana yang penting dan akan dipelajari, membuat kesimpulan, mudah dipahai oleh diri sendiri dan orang lain. Tujuan dari analisis data adalah untuk mendeskripsikan sebuah data sehingga bisa di pahami, dan juga untuk membuat kesimpulan atau menarik kesimpulan berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti.[22]

a) Reduksi Data Data yang terdapat dalam penelitian ini akan direduksi, agar tidak bertumpuk-tumpuk guna untuk memudahkan pengelompokan data serta memudahkan dalam menyimpulkannya.Menurut Miles dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakkan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan yang tertulis dari lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung.

b) Penyajian Data Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun dari kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan

[22] Azuar Juliandi dan Irfan,*Metodelogi Penelitian Kuantitatif*,cet, 2 (Bandung Citapustaka Media Perintis, 2014).h.66

tindakan, penyajian data berbentuk teks naratif diubah menjadi bentuk jenis matriks, grafik, dan bagan. Semua dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah diraih sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan. Penyajian data merupakan bagian dari proses analisis.

c) Kesimpulan Kesimpulan diambil setelah dilakukan pengolahan data dan analisis data. Kesimpulan bertujuan untuk memberikan gambaran final dari hasil penelitian yang berhubungan dengan maksud dan tujuan penelian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT BPRS Jam Gadang Bukittinggi

1. Sejarah Singkat BPRS Jam Gadang Bukittinggi

PT. BPRS Jam Gadang (Perseroda) yang izin operasionalnya berdasarkan Surat Gubernur Bank Indonesia No. 8/ KEP. GBI/ 2006 tanggal 11 Agustus 2006 adalah suatu BPR yang agak unik keberadaannya. Uniknya adalah karena keberadaan bank ini bukanlah kemauan beberapa orang yang punya modal untuk mendirikan suatu bank untuk memperoleh laba atau keuntungan semata, tetapi adalah atas keinginan beberapa orang Ninik Mamak, pemuka masyarakat Kurai Limo Jorong yang berada dalam Kerapatan Adat Nagari (KAN) yang lima di Kurai Limo Jorong untuk kembali mengadakan semacam Lumbung Pitih Nagari seperti yang terdapat di hampir seluruh Nagari di Minangkabau selama ini, sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan Anak Nagari.

Setelah berkonsultasi dengan Walikota Bukittinggi, Drs. H. Djufri, menyarankan untuk mendirikan suatu bank, cukup berbentuk bank perkreditan rakyat karena di samping izin Lumbung Pitih Nagari (LPN) itu tidak ada lagi saat ini, juga sudah banyak bank yang telah beroperasi di Bukittinggi, namun tak satupun yang kepunyaan Anak Nagari atau masyarakat Bukittinggi. *"Kato bajawab, gayuang basambuik",* tawaran Walikota Bukittinggi tersebut tentu sangat menggembirakan para Ninik Mamak, namun terbentur kepada modal

dan pengetahuan tentang bank itu sendiri. Untuk secara teknis tentang mendirikan bank, Walikota minta jasa baik Bank Nagari dan Pemda sendiri bersedia menyertakan modalnya sebesar 250 juta atau separuh dari modal disetor yang dibutuhkan pada saat itu sebesar 500 juta.

Dengan demikian ada tiga komponen, ibarat *"tali tigo sapilin, tungku tigo sajarangan"* yang satu sama lain tak dapat dipisahkan untuk berdirinya bank ini yaitu para Ninik Mamak sebagai inisiator, Pemda Kota Bukittinggi dan Bank Nagari sebagai pendorong utama baik dari segi modal maupun teknis perbankan.

Dalam salah satu rapat bersama yang dihadiri oleh sebahagian besar para Ninik Mamak se Kurai Limo Jorong, Utusan Pemda Kota Bukittinggi dan yang mewakili Bank Nagari, terbentuklah Panitia yang terdiri dari :

1. Sdr. Drs. Rismaidi, SH Tk. Bagindo (Kabag Perekonomian Pemda) sebagai Ketua
2. Inyiak MH. Dt. Pandak (mewakili Ninik Mamak) sebagai Wakil Ketua
3. Sdr. Syafei Sabri, SE sebagai Sekretaris
4. Sdri. Ir. H. Nelyati, M.Si sebagai Bendahara.

Dengan dibantu oleh beberapa orang anggota Panitia telah bekerja dengan baik dalam mengurus pendirian Bank ini sehingga Alhamdulillah, pada tanggal 11 Agustus 2006 keluarlah izin operasional BPR Jam Gadang ini dan diresmikan beroperasinya tanggal 14 September 2006. Karena maksud untuk

mendirikan bank ini bukanlah untuk meraih keuntungan semata, tetapi terutama untuk meningkatkan kesejahteraan Anak Nagari maka diterjemahkanlah maksud tersebut ke dalam visi dan misi bank. Juga untuk lebih mengaktualisasikan keberadaan bank itu bagi Anak Nagari, sebagai penambah-nambah dana "Rumah Tangga" Nagari, akan disisihkan pula dana sebanyak 5% dari keuntungan bank setiap tahunnya untuk dibagikan kepada masing-masing Kerapatan Adat Nagari yang ada di Kurai Limo Jorong.

Demikianlah sejarah singkat tentang berdirinya Bank BPR ini yang akhirnya mengenai nama, setelah dibicarakan secara mendalam oleh tiga komponen pendiri seperti tersebut di atas dapatlah kesepakatan dengan memberi nama: "PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Jam Gadang (Perseroda)" Namun, Setelah penantian cukup panjang akhirnya PT BPRS Jam Gadang resmi konversi dari Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sistem konvensional ke Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Setelah melakukan kegiatan perbankan secara konvensional kurang lebih selama 15 tahun, atas dorongan pemegang saham dan nasabah serta usaha dari pengurus serta karyawan akhirnya pada tanggal 1 Juli 2021, PT. BPR Jam Gadang resmi beralih menjadi PT. BPRS Jam Gadang (Perseroda) dan melakukan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah.[23]

[23] Dokumentasi BPRS Jam Gadang Bukittiggi 2022

2. Visi Dan Misi PT. BPRS Jam Gadang

a. Visi

Visi dari PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Jam Gadang (Perseroda) adalah: *"Menjadikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Jam Gadang (Perseroda) yang berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan umat dengan prinsip keadilan dan kebenaran untuk mendukung kota Bukittinggi sebagai kota perdagangan dan jasa, pariwisata, pelayanan Kesehatan, dan Pendidikan."*

b. Misi

Adapun Misi dari PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Jam Gadang Bukittinggi (Perseroda) adalah :

1. Fokus kepada pemberian pembiayaan yang memberikan nilai tambah kepada kesejahteraan masyarakat.
2. Meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat melalui pembiayaan yang kompetitif
3. Berperan aktif dalam memberantas praktek-praktek keuangan ribawi.
4. Menjadi mitra pemerintah dalam meningkatkan ekonomi umat
5. Menciptakan tata Kelola bank pembiayaan Syariah dengan prinsip GCG

3. Produk Produk BPRS Jam Gadang Bukittinggi

a. Tabungan

Pembiayaaan Rakyat Syariah (BPRS) Jam Gadang (Perseroda) antara lain:

1. Tabungan Al-Hijrah Simpanan dengan menggunakan prinsip wadiah yang diperuntunkkan untuk masyarakat umum dan pelajar, dengan ketentuan sebagai berikut:
    a) Simpanan tanpa biaya bulanan
    b) Setiap penutupan rekening tabungan dikenakan biaya andministrasi sebesar Rp. 10.000,- (sepuluh ribu rupiah)
    c) Setoran awal minimal Rp. 20.000,-)
    d) Saldo minimal Rp. 20.000,-)
2. Deposito

    Produk kedua PT. BPRS Jam Gadang adalah deposito. Deposito yang digunakan dalam lembaga keuangan ini yaitu deposito mudharabah. Deposito mudharabah adalah produk simpanan dari lembaga keuangan syariah dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan prinsip bagi hasil atau mudharabah mutlaqah. Persentase bagi hasil dilakukan secara transparan di awal pembukaan rekening. Adapun syarat Dan ketentuannya:

    a. Perorangan KTP / SIM / Passport
    b. Perusahaan:

1. KTP / sim / Passport pengurus atau pejabat yang berwenang
2. Aktependirian / Akte perubahan bentuk pengeshaan perusahaan
3. NPWP Perusahaan
4. NIB Perusahaan

c. Pembukaan Deposito Mulai dari Rp 1.000.000,- (Satu Juta).
d. Simpanan Deposito Dijamin LPS

3. Pembiayaan
   a. Pembiayaan Jaminan Deposito
   b. Pembiayaan kepemilika rumah
   c. Embiayaan konsumtif pegawai swasta dan non PNS
   d. Pembiayaan Melalui Tunjangan Penghasilan Pegawai (TPP) PNS Kota Bukittinggi.
   e. Pembiayaan pegawai honorer
   f. Pembiayaan pegawai pemerintahan dengan perjanjian kerja (PPK)
   g. Pembiayaan PNS
   h. Pembiayaan Guru
   i. Pembiayaa Utsman
4. Layanan Payment Point Online Banking (PPOB)

   Layanan payment point online banking merupakan suatu

mekanisme tagihan pembayaran yang bekerja sama dengan perbankan yang terkoneksi secara online real time sehingga rekonsiliasi data terjadi sangat cepat dengan akurasi data yang sangat akurat.

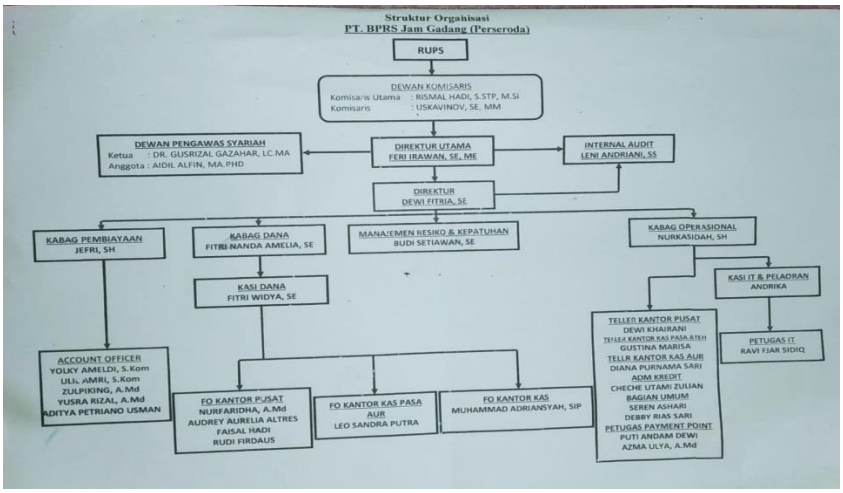
Adapun jenis transaksi PPOB sebagai berikut :

a. Transfer uang semua bank.
b. Pembayaran Tagihan PDAM.
c. Pembayaran Asuransi CAR, Jiwasraya.
d. Pembayaran Kredit cicilan motor.
e. Pembayaran Tagihan TV berlangganan.
f. Pembayaran BPJS
g. Pembayaran PLN Pasca & Token.
h. Top up OVO, GOPAY, DANA, Link Aja, Shopeepay.
i. Tiket Pesawat, Kereta Api, Bus AKAP.
j. Pengiriman Paket/Ekspedisi.

PPOB sangat menguntungkan masyarakat dalam melakukan proses transaksi dimana sebelumnya masyarakat harus datang ke masing- masing instansi terkait untuk membayar tagihan-tagihan seperti diatas, Berkat adanya PPOB masyarakat bisa membayar semua tagihan hanya di satu tempat saja.

4. Struktur Organisasi BPRS Jam Gadang Bukittinggi

Gambar 1.1
Struktur Organisasi



Sumber : PT BPRS Jam Gadang Bukittinggi (2023)

B. Analisis 7P Pada Program Tabungan Utsman PT BPRS Jam Gadang Bukittinggi

Marketing mix atau Bauran Pemasaran merupakan suatu cara yang dapat digunakan perbankan syariah untuk menginformasikan kepada nasabah terkait fasilitas-fasilitas maupun kegiatankegiatan yang terdapat dalam bank tersebut, dimana selain untuk mendapatkan profitabilitas juga pihak bank selalu berupaya ingin memberikan pelayanan yang terbaik, tepat sasaran dan kenyamanan kepada konsumen. Dalam melaksanakan marketing mix, perbankan syariah dituntut agar berprinsip islami, inovatif dan berlandaskan pada kebenaran objektivitas yang dapat dipercaya. Sehingga memberikan kesan yang positif bagi masyarakat dan akhirnya konsumen dapat tertarik untuk melakukan transaksi secara terus menerus

dan loyal dengan produk yang dihasilkan oleh bank.

Bauran pemasaran merupakan bagian dari strategi pemasaran dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur variabel pemasaran yang dapat diandalkan pemimpin perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran, yang meliputi beberapa 7 elemen yang terdiri dari: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses).[24]

Pendekatan ini mengusulkan bahwa masalah yang dihadapi oleh BPRS Jam Gadang Bukittinggi pada Tabungan Utsman dapat diisolasi pada pendekatan atau analisis 7P, yaitu :

1. Produk (*product*)

   PT BRS Jam Gadang Bukittinggi merupakan lembaga keuangan yang menyediakan jasa keuangan berupa simpan pinjam dengan menggunakan prinsip syariah. Salah satu produk BPRSJG yang paling banyak diminati adalah Tabungan Utsman atau Pembiayaan Utsman.

   Karena produk ini adalah produk yang diperuntukan bagi pelaku UMKM dan pedagang untuk mendapatkan modal dalam menjalankan usahanya. Karena itulah produk ini terlihat seperti program yang diberlakukan terkhusus ke target pemasaran produk tabunganya pada kalangan pemangku usaha yang berada di Kota Bukittinggi saja.

[24] Sofjan, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Ed. 1 Cet. 12. Jakarta: Rajawali Press.

Berdarsarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan BPRSJG Ibu Fitri Nanda Amelia,S.E selaku unit Kepala Bagian Dana mengatakan bahwa :

> *"Dalam menjadi calon nasabah dalam Program Tabungan Utsman di BPRS Jam Gadang Bukittinggi, pihak Bank hanya menerima calon nasabah yang memiliki KTP dengan domisili di Kota Bukittinggi dan harus memilki usaha di sekita kota Bukittinggi. Dikarenakan memudahkan untuk mengawasi dan memantau tentang tingkah laku para nasabah agar mudah diketahui dan mudah dikendalikan oleh pihak marketing agar terhindar dari resiko kredit dan agar memudahkan nasabah dalam mendapatkan informasi".*[25]

Dalam meningkatkan produk Tabungan Utsman BPRSJG menciptakan *branding* degan strategi strategi sebagai beikut :

a. Terkesan populer dan mudah diingat, BPRSJG memberikan nama produknya yang mudah diingat dan menyelipkan kata yang populer di kalangan masyarakat sehingga masyarakat atau nasabah mudah tertarik dengan produk ini. Seperti kata "Utsman" yang merupakan salah satu sahabat nabi yang namanya sudah populer di kalangan masyarakat.
b. Bermakna positiv,Dalam menjalankan aktivitasnya khususnya dalam Tabungan Utsman PT.BPRS Jam Gadang tidak membedakan suku, ras , maupun agama dalam transaksi apapun. Bank syariah itu terbuka untuk semua orang untuk melakukan transaksi dan tidak mengandung atau melanggar hal

[25] Fitria Nanda Amelia S.E, BPRSJG, wawancara,20 Juni 2024

yang dilarang dalam syariat Islam.

2. Harga (*Price*)

Harga yang dimaksud ialah setoran awal dari Tabungan Utsman. Pada Tabungan Utsman BPRSJG menggunakan prinsip Bagi Hasil / Mudharabah. Salah satu kelebihan dari Tabungan Utsman ini adalah pada saat nasabah ingin mendaftar nasabah tidak perlu membayar dana setoran awal seperti produk Tabungan lain yang mewajibkan nasabah harus membayar setoran awal sebelum melakukan pinjaman atapun transaksi lainya.

Berdarsarkan wawancara peneliti dengan Ibu Nurkhasidah selaku Unit Kepala Bagian Operasional mengatakan bahwa :

"pada saat mendaftar awal Tabungan Utsman nasabah hanya cukup mengisi formulir pedaftaran yang diberikan oleh pihak BPRSJG saja tanpa menggunakan dana awal tabungan,"

Sesuai dengan teori yang ada bahwa "Harga dalam suatu produk atau jasa biasanya disesuaikan dengan indikator seperti apa kualitas dari produk tersebut, persepsi dimana produk tersebut harga yang yang diterapkan sesuai dengan biaya produksi, dimana biaya produksi mahal membuat harga suatu produk ikut mahal. Kemudian keuntungan di sini merupakan hal yang sangat penting dalam penentuan harga barang/jasa karena salah satu tujuan seseorang membuat dan menjual sebuah produk pasti bertujuan untuk mendapatkan keuntungan."

Seperti juga wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu

nasabah Tabungan Utsman ibu Yullinda 56 tahun, mengatakan bahwa :

"sudah 3 kali melakukan pinjaman Tabungan Utsman di BPRSJG dengan modal pinjaman awal yang dipinjam sebesar Rp. 10.000.000 , dengan pembayaran cicilan 2 kali seminggu yaitu pada hari senin dan kamis"

Dari hasil wawancara dan observasi peneliti menyimpilkan bahwa harga memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pengembangan produk, meskipun Tabungan Utsman tidak menggunakan uang muka/ setoran awal untuk nasabah, tapi produknya tergolong produk yang berkualitas dan diminati oleh nasabah, namun sayangnya Tabungan Ustman tidak melakukan penambahan jumlah nasabah karena banyak hal yang dipertimbangan.

3. Tempat (*Place*)

Penentuan lokasi dan distribusi serta sarana dan prasarana pendukung sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang dan jasa. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa aman dan nyaman kepada anggota / nasabahnya.

Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang aman dan nyaman kepada seluruh konsumen. Tempat merupakan salah satu yang terpenting dalam *marketing mix* karena produk-produk tersebut dapat diketahui dan mudah didapat oleh konsumen salah satunya melalui tempat/saluran distribusi.

Berdarsarkan hasil wawancara peneliti dari tenaga Merketing sekaligus Account Officer BPRSJG Bapak Yusra Rizal,A.Md mengatakan bahwa lokasi BPRSJG sangat strategis yaitu berada di tengah kota Bukittinggi yang mudah dijumpai oleh orabg, selain itu strategi tempat dalam pemasaran Tabungan Utsman ialah sebagai berikut :

a. Promosi lokasi yang strategis, promosi dilakukan ditempat tempat yang ramai dengan mendatangi calon nasabah secara langsung, seperti pasar, rumah, ataupun tempat lainya.
b. Kantor BPRSJG berada di dekat lokasi usaha yang selalu ramai dikunjungi oleh nasabah.
c. BPRSJG menggunakan sistem “Bajampuik” atau jemput bola, dimana petugas lapangan langsung mendatangi rumah atau tempat usaha nasabah sehingga petugas lebih leluasa dalam menjelaskan dan mengiklankan produk Tabungan Utsman kepada nasabah.

Dari hasil wawancara peneliti dengan Bapak Jawa Hendra Wilis (60 Th) salah satu pedagang makanan daa minuman yang ada di depan Gerbang Taman Kebun Binatang Bukittinggi megatakan bahwa beliau ikut melakukan pinjaman dan menabung di BPRSJG karena lokasi Bank yang dekat dengan tempat usaha beliau, selain itu lokasi Bank menurut beliau sangat strategis karena BPRSJG tidak hanya memilki satu kantor

saja , namun mempunyai 5 kantor cabang yang lokasinya sangat mudah ditemui oleh nasabah.

Namun kelemahanya ialah jika pada kantor pusat Bank akan tutup pada jam 16.00 WIB, sedangkan pada kantor cabang akan tutup di jam 14.45. Nasabah berharap jam buka pada kantor pusat lebih diperpajang lagi, karna kebanyakan nasabah aka datang ke bank sekitaran jam 15.00 setelah mereka selesai berjualan.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu proses pemasaran. Bagaimanapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarkannya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membelinya. Promosi bertujuan untuk mengenalkan, menyebar luaskan informasi tentang hasil dari suatu usaha, untuk mempengaruhi atau membujuk pasar konsumen agar produknya dapat diketahui dan diterima oleh konsumen.

Menurut Ibu Fitri Nanda Amelia,S.E selaku unit Kepala Bagian Dana mengatakan bahwa :

“Dalam menghadapi persaingan BPRSJG Bukittinggi melakukan promosi Tabungan Utsman dimana pada dasarnya kegiatan promosi yang dilakukan ini sama dengan kegiatan promosi pada produk dan jasa lembaga keuangan lainnya. Diantaranya :

a. Melalui iklan, Adapun media yang digunakan adalah

dengan menyebarkan brosur dan memasang spanduk, ataupun mempromosikan Tabunga Utsman lewat media sosial seperti Instagram, Koran, Televisi ataupun Radio.

b. Pemasaran secara langsung, dimana para karyawa yang bertugas dibagia marketing ataupun lapangan mendatangi calon nasabah untuk menawarkan Tabungan Utsman terebut.

5. Orang (*People*)

Dalam melakukan pemasaran produk, karyawan khususnya yang bekerja di bagian marketing mempunyai tugas yang sama yaitu sebagai pemasar.

Orang di sini berarti orang yang ikut terlibat baik langsung maupun tidak langsung pada proses layanan itu sendiri. Orang yang dimaksud disini merupakan para karyawan dan nasabah. Karyawan dan nasabah sangat berpengaruh bagi proses produktifitas, kemajuan, peningkatan dan pelayanan, terhadap keberhasilan dalam memasarkan produk-produk pada suatu usaha.

Menurut Ibu Fitri Nanda Amelia,S.E selaku unit Kepala Bagian Dana mengatakan bahwa:

"Setiap karyawan harus bisa menjawab apabila ada nasabah yang menanyakan tentang Tabungan Utsman. Selain itu dalam pelayanannya, semua karyawan BPRSJG Bukittinggi selalu berpenampilan rapi dan sopan sehingga jika nasabah datang akan selalu memberikan kesan yang baik, dengan memberikan senyum sapa

salam sebelum memberikan layanan kepada nasabah."

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu karyawan Marketing pada Tabungan Utsman mengataka bahwa :

"Saya selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi para nasabah saya dengan menjaga hubungan baik seperti keluarga, selain itu Kami selalu menjaga kualitas produk untuk dapat menjaga kepercayaan para nasabah dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepda setiap nasabah."

Berdarsarkan wawancara diatas, maka penelitian ini menunjukkan bahwasanya strategi *people* pada *marketing mix* ini sangat menguntungkan pihak BPRSJG terutama pada pemasaran Tabungan Utsman alasannya adalah karena dengan adanya para karyawan, semua proses mulai dari pemasaran produk hingga proses pelayanan nasabah dapat dilakukan dengan maksimal, serta membantu meningkatkan tingkat penjualan untuk mendapatkan keuntungan.

6. Bukti Fisik (*Physical Evidience*)

Bukti fisik adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan nasabah untuk membeli dan menggunakan produk/ jasa yang ditawarkan. Bukti fisik ini memiliki ciri khas yang menjadi persyaratan bernilai tambah bagi nasabah dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter.

Bukti fisik atau sarana fisik adalah penyediaan bukti fisik dalam wujud fitur fisik yang dapat dilihat para konsumen (seperti dekorasi, seragam karyawan, kualitas komunikasi, ruang tunggu, yang nyaman,

bentuk bangunan yang tampak megah dan profesional, fasilitas pendingin ruangan, peralatan canggih yang digunakan dan seterusnnya) berperan penting dalam meyakinkan pelanggan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, pada Tabungan Utsman pihak BPRSJG Bukittinggi memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabahnya. Seperti pada Kantorya sendiri pihak bank menyediakan ruang tunggu yang nyaman yang memilki AC bagi para nasabah bertransaksi, dan juga Slip setoran, slip penarikan, dan slip angsuran tertata rapi, selain itu pada Tabungan Utsman sendiri pihak Bank menyediakan buku tabungan dengan desain yang sangat menarik dan berbeda dengan produk tabungan lain yang ada di BPRSJG Bukittinggi.

7. Proses (*process*)

Tujuan strategi proses adalah menemukan suatu cara bagaimana menghasilkan produk yang memenuhi persyaratan nasabah dan spesifikasi produk yang berada dalam batasan biaya. Proses yang dipilih akan mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi dan produksi, begitu juga pada fleksibilitas biaya dan kualitas barang atau produk. Melakukan proses pemasaran karyawan maupun direktur dan staff lainya harus bertindak secara professional. Profesional dalam hal ini yaitu tepat, terarah tuntas dan jelas dalam memberikan informasi sesuai

dengan apa yang ada mengenai proses dari pengelolaan usaha.

Menurut Ibu Fitri Nanda Amelia,S.E selaku unit Kepala Bagian Dana mengatakan bahwa jika ingin menjadi nasabah baru , nasabah cukup membawa kelengkapan persyaratan seperti:

a. Foto Copy KTP (Harus Domisili Bukittinggi)
b. Foto Cop Kartu Keluarga
c. Pas Foto
d. Surat Keterangan Usaha
e. Foto Copy Sertifikat/BPKB/STNK (Bagi yang menggunaka Anggunan)

Langkah selanjutnya ialah AO (*Account officer*) akan melakukan wawancara awal dan dan memeriksa kelengkapan persyaratan, untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan sebelum on the spot ke lokasi usaha dan rumah tempat tinggal calon nasabah, kemudian AO (*Account Officer*) akan meminta data iDep untuk mengetahui apakah calon nasabah sudah pernah mendapatkan fasilitas pembiayaan dari bank lain.

Jika iDeb yang di peroleh bahwa calon nasabah sudah pernah mendapatkan fasilitas pembiayaan dan kualitas pembiayaannya tergolong dalam perhatian dan/atau macet, AO (*Account Officer*) akan menghubungi calon nasabah kembali untuk memberitahu bahwa permohonannya di tolak, jika sebaliknya AO (*Account Officer*) akan melakukan on the spot ke lokasi usaha dan rumah calon nasabah.saat on

the spot AO (*Account Officer*) akan melakukan wawancara lanjutan untuk memperoleh dan menganalisa informasi yang akan dituangkan oleh AO (*Account Officer*) dalam bentuk appraisal dan diajukan ke komite pembiayaan, dan selanjutnya persetujuan dari Direksi BPRS.

Setelah permohonan disetujui oleh Direksi, maka proses selanjutnya AO (*Account Officer*) akan menghubungi calon nasabah untuk memberitahu bahwa permohonannya disetujui dan diproses untuk pencairan.

C. Faktor yang mendukung dan menghambat Pengembangan Tabungan Utsman di BPRS Jam Gadang Bukittinggi

1. Faktor Pendukung

   a. Modal

      Inti dasar dari suatu usaha agar dapat terus menjalankan kegiatan usahanya adalah dengan adanya modal usaha. Modal merupakan salah satu faktor terpenting dari kegiatan pengembangan maupun emasaran produk, karena modal dapat memperlancar kegiatan operasional usaha. Modal sangat menentukan perkembangan dan pertumbuhan suatu usaha.

      Modal sendiri terdiri dari dua bentuk yaitu, modal dalam bentuk uang dan modal dalam bentuk keahlian. Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan seperti biaya oerasional kegiata sehari hari, modal dalam bentuk keahlian adalah keahlian dan

kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha.

Pada Tabungan Utsman modal adalah sebagai faktor pendukung dimana modal digunakan sebagai pembiayaan ataupun memberikan pinjaman kepada nasabah. Semakin tinggi modal yang dikeluarkan maka semakin banyak nasabah yang akan berminat untuk menjadi nasabah dari Produk yang ditawarkan

b. Tenaga Kerja / Karyawan

Gerak roda suatu usaha sangat dipengaruhi oleh peran manusia, termasuk yang berperan sebagai tenaga kerja atau karyawan. Tidak ada usaha yang dapat beroperasi tanpa manusia.

Tenaga kerja juga m`enjadi faktor pendukung didalam suatu usaha, dimana dengan adanya tenaga kerja yang sesuai standar yang ditetapkan. Karyawan BPRSJG sendiri merupakan karyawan yang memilki integritas tinggi dan pekerja keras. Karyawan disini menjadi faktor pendukung dimana adanya karawan yang tersedia dan dapat membantu meningkatkan emasaran dan penjualan produk terutama pada Tabungan Utsman sendiri.

c. Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh BPRSJG dapat menjadi factor pendukung apabila pemasaran yang dilakukan oleh para karyawan berjalan dengan lancer.

Dengan adanya pemasaran maka nasabah dapat mengetahui produk yang di tawarkan dan kualitas yang bermutu dari produk

tersebut. Produks haruslah dikelola oleh orang-orang yang tepat mendapatkan keuntungan atau profit yang diharapkan sebagai pemasukan untuk pembiayaan kegiatan memperluas pangsa pasar, memberikan dividen kepada perusahaan dan membayar para karyawan.

Pemasaran yang dilakukan oleh BPRSJG pada Tabungan Utsman yaitu melalui periklanan, promosi serta mendatangi nasabah secara langsung.

2. Faktor Penghambat

a. Dana yang dipinjamkan dibatasi

Dari penelitian yang peneliti lakukan, dana yang dipinjamkan kepada nasabah pada Tabungan Utsman dibatasi hanya maksimal pada Rp. 20.000.000,00 saja. Sedangkan ada dari beberapa nasabah yang kegiatan usahanya membutuhkan modal besar seperti penjual pakaian ataupun pedagang makanan namun dalam skala besar, menurut mereka dana yang dibatasi hingga 20 juta saja belum cukup sebagai modal dalam menjalankan usahanya.

Mereka berharap pihak BPRS segera mengubah ketentuan pemaksimalan pinjaman atau melakukan penambahan batas pinjaman hingga 30 juta , agar cukup menjadi modal bagi kelangsungan usaha mereka.

b. Lokasi Pinjaman Dibatasi

Lokasi pinjaman yang dimaksud ialah lokasi para nasabah tinggal.

Seperti yang telah peneliti bahas sebelumnya, Tabungan Utsman hanya diperuntukan bagi masyarakat yang berada disekitar pasar kota Bukittinggi ataupun daerah Bukittinggi saja, namun yang kita tau dipasar bukan hanya warga Bukittiggi saja yang ada namun ada warga dari daerah lain seperti agam, ataupun luar bukittinggi lain yang memilki usaha di kota bukittinggi.

Ketentuan dari Tabungan Utsman adalah hanya boleh dipinjam oleh masyarakat yang berdomisili di Bukittinggi saja, sedangkan masyarakat diluar kota Bukittinggi dilarang atau tidak dibolehkan menggunakan Tabungan Utsman ini. Mayarakat seperti dari Kabupaten Agam berharap pihak BPRS juga membuat program yang sama bagi masyarakat luar Kota Bukittinggi supaya juga dapat membantu Permodalan usaha mereka.

c. Jangka Waktu Pembayaran

Pada Tabungan Utsman jangka waktu pembayaran yang ditetapkan oleh BRSJG adalah 1 tahun peminjaman, jika nasabah meminjam dana 20 juta maka ia harus membayar cicilan dalam waktu 1 tahun. Namun ada nasabah yang mengeluh karena jangka waktu dianggap terlalu cepat, salah satu faktor penyebab nasabah telat melakukan pembayaran yaitu usaha yang tidak berjalan lancar, seperti pada saat ini kota Bukittinggi sedang sepi dikunjungi wisatawan lokal maupun luar. Banyak nasabah yang kehilngan konsumen karena beberapa waktu lalu Bukittinggi sempat terkena bencana alam yaitu Galodo, banjir bandang hingga gunung meletus yang membuat kurang berjalanya usaha mereka

Karena hal itulah nasabah menjadi telat membayar cicilan, sehingga menimbulkan pembiayaan bermasalah bagi Bank dan nasabah masuk kedalam daftar nasabah yang bermasalah sehingga tidak bisa melakukan pinjaman dana lagi ke BPRSJG Bukittinggi.

D. Strategi Pengembangan Program Tabungan Utsman untuk Membantu Permodalan Pedagang Di Kota Bukittinggi

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang peneliti lakukan, pengembangan strategi yang perlu dilakukan pada program Tabungan Ustman di BPRS Jam Gadang Bukittinggi menurut analisis 7P adalah pada pengembangan *place* (lokasi) dan *process* (proses).

1 *Place* (lokasi)

Tabungan Ustman merupakan salah satu preferensi masyarakat terutama para pedagang. Lokasi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Jam Gadang Bukittinggi cukup strategis yang tertelak dekat pasar bawah bukittinggi yang dikelilingi oleh pedagang. Akan tetapi, tabungan ini hanya diperuntukan bagi masyarakat yang berdomisili di Kota Bukittinggi saja, sedangkan masyarakat dan para pedagang yang berasal dari luar bukittinggi tidak bisa menggunakan Tabungan Ustman. Maka dari itu, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Jam Gadang Bukittinggi harus melakukan perluasan jangkauan atau pendirian kantor cabang pada luar kota Bukittinggi, yang dapat nantinya para pedagang

yang berasal dari luar Bukittinggi juga dapat menggunakan Tabungan Utsman ini. Hal ini berdarsarkan dari hasil penelitian peneliti melihat banyak masyarakat dan para pedagang tertarik untuk menggunakan Tabungan Utsman pada BPRS Jam Gadang Bukittinggi.

2 Process (proses)

Proses mencakup bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BPRS Jam Gadang Bukittinggi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah saat melakukan pendaftaran menjadi nasabah Tabungan Utsman.

Dari hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan proses pendaftaran nasabah baru pada Tabungan Utsman dikatakan tergolong lama, karena pada saat calon nasabah mengajukan persyaratan menjadi nasabah baru, mereka harus melalui banyak proses yang dilakukan oleh pihak BPRS Jam Gadang Bukittinggi, seperti wawancara awal,pemeriksaan kelengkapan data, pemerikasaan iDep calon nasabah, dan jika iDep nasabah bermasalah maka nasabah tidak bisa lanjut ketahap selanjutnya, namun jika iDep calon nasabah tidak bermasalah maka selanjutnya akan dikonfirmasi oleh Pihak BPRS Jam Gadang Bukittinggi untuk pencarian dana.

Dari kedua aspek tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa semua aspek 7P memilki pengaruh yang besar pada pengembangan Produk Tabungan Utsman, terutama pada aspek *placet* (tempat) dan *process* (proses). Hal ini karena kedua aspek ini merupakan aspek paling penting dalam pengembangan

produk, jika lokasi pengembangan produk luas dan tidak terbatas maka nasabah akan mudah dalam mengakses layanan dari bank, selain itu lokasi juga dapat membantu bank dalam memahami karakteristik dan preferensi nasabah , yang menyebabkan produk tabungan semakin berkembang sesuai kebutuhan calon nasabah. Disamping itu dalam melakukan peminjaman apabila proses yang dilakukan bank mudah dan cepat nasabah akan merasa lebih puas dan cenderung memiliki hubungan jangka panjang dengan bank, hal ini dapat meningkatkan loyalitas nasabah, produk yang berkembang dengan baik juga akan memungkingkan pihak BPRS dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan menciptakan sumber pendapatan baru untuk pertumbuhan BPRS jangka panjang.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan BPRS Jam Gadang Bukittinggi telah menerapkan strategi *marketing mix* yang menggunakan variabel 7P pada Tabungan Utsman yaitu *product, price, place, promotion, people, process* serta *physical evidence* yang mampu meningkatkan pengembangan Produk Tabungan Utsman. Strategi *marketing mix* yang telah diterapkan oleh BPRS Jam Gadang dalam upaya meningkatkan kualitas produk juga sudah dilakukan dengan benar dan sesuai dengan teori yang ada, dengan kata lain ke tujuh variabel tersebut berperan penting dalam meningkatkan volume kualitas produk meningkatkan jumlah nasabah serta dapat memberikan keuntungan untuk BPRS itu sendiri.

Dari hasil penelitian juga didapat faktor-faktor pendukung penerapan marketing mix Terhadap pengembangan Tabungan Utsman dan yang menjadi faktor pendukungnya yaitu modal, tenaga kerja/ karyawan dan pemasaran, Sedangkan faktor-faktor penghambat penerapan *marketing mix* Terhadap Tabungan Utsman yaitu Dana yang dibatasi, jangka waktu dan Lokasi peminjaman yang dibatasi Bank.

Aspek 7P yang perlu lebih dikembangan lagi oleh pihak BPRS Jam Gadang adalah pada Place (tempat) dan Process (proses) karena hal ini merupakan bagian penting dalam pengemabangan produk. Jika lokasi pengembangan produk luas dan

tidak terbatas maka nasabah akan mudah dalam mengakses layanan dari bank, selain itu lokasi juga dapat membantu bank dalam memahami karakteristik dan preferensi nasabah , yang menyebabkan produk tabungan semakin berkembang sesuai kebutuhan calon nasabah. Disamping itu dalam melakukan peminjaman apabila proses yang dilakukan bank mudah dan cepat nasabah akan merasa lebih puas dan cenderung memiliki hubungan jangka panjang dengan bank, hal ini dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

B. SARAN

Agar kajian ini dapat terealisasikan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1 Kepada pihak PT BPRS Jam Gadang Bukittinggi, agar terus meningkatkan kinerja dan upayanya dalam membantu pelaku UMKM dengan memberikan pinjaman modal serta pelatihan sehingga UMKM dapat dikembangkan dengan baik.

2 Kepada akademisi dan mahasiswa diharapkan penelitian ini dapat menjadi manfaat dan menjadi referensi dalam edukasi serta pembelajaran yang dapat diambil manfaatnya.

3 Kepada penelitian lainnya diharapkan agar memperluas penelitian tidak hanya mengenai strategi pengembangan produk Tabungan Utsman, misalnya bagaimana cara bank mempertahankan konsistensinya setelah dikembangkan, serta tidak mesti pada satu perusahaan bank saja dan memperluas objek penelitiannya keluar Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Alfiona DONI, A.H Al-AMIN, A.A, 'Efek Pendapatan Dan Substitusi Ditinjau Dari Ekonomi Islam Dan Konvensional', *Ilmiah Eknomi Manajemen Dan Syariah*, 3 (2022), 144–51.

Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. bandung: ALFABETA. Anoraga, P. (2007). Manajemen Bisnis. Jakarta: Rineka Cipta

Azuar Juliandi dan Irfan,*Metodelogi Penelitian Kuantitatif*,cet, 2 (Bandung Citapustaka Media Perintis, 2014).h.66

Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Komunikasi, Ekonomi, Ebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainya), (Jakarta : Pranada Mendedia Group, 2007) Hal 118

Catur, H. (2012). *Analisis pengaruh Marketing Mix TerhadapPenjualan Keramik Pada Industri Keramik Kasongan Di Kabupaten Bantul Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi Bisnis, 8.

Eka Afridayani Fitria, '*Pengaruh Ekspor, Tabungan Bruto, Dan Pembentukan Modal Bruto Terhadap Pertumbuhan Ekonomi*', *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1.2 (2022), 110–23.

Hasan Zubairi, *Undang-Undang Perbankan Syariah Titik Temu Hukum Islam Dan Hukum Nasional* (Yogyakarta: PT Rajagrafido persada, 2009).

Heri, H. (2018). *Analisi Pengaruh Dimensi Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor pada PT. Capella Dinamik Nusantara Riau*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia , 396.

Indra Suhendra and Dita Ayu Irawati, 'Pengaruh Tabungan, Pengeluaran Pemerintah Dan Investasi Swasta Terhadap Produk Domestik Bruto Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi-Qu*, 6.2 (2016), 256– 75 <https://doi.org/10.35448/jequ.v6i2.4346>.

Irawan, *Manajemen Pemsaran Modern* (Yogyakarta: Liberti, 2003).

Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (jakara: Rajawali Pers, 2012)..

Kholifah, *Pola Pengembangan Produk Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Manajemen Operasionl PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik*, 2018.

Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 12th edn (Jakarta: Indeks, 2016).

LL.M Khotibul Umam ,S.H., *Trend Pembentkan Bank Umum Syariah Pasca Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 (Konep, Regulsi, Dan Implementasi)* (Yogyakarta, 2009) <BPFE Yogyakarta>.

Lupiyoadi.

M. Zakaria & Sulaiman, *Jejak Bisnis Rasu. Hikmah*, 2010

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPM, 2002).

Nasution, *Metode Research (Penelitian Alamiah)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011).

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Emban Patria, 2001).

Sukirno Sadino, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004).

Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002).

Umar, H. (2013). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wardiah, *Dasar Dasar Perbankan* (Bandung: Pustaka Setia, 2013).

Wilda Irsyad, '*Dampak Program Tabungan Utsman Untuk Membantu Permodalan Pedagang Di Kota Bukittinggi* (Studi Kasus : PT . BPRS Jam Gadang Bukittinggi)', 3 (2023), 2373–83.