STRATEGI BERSAING DALAM MEMASARKAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO SYARIAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC. LUBUK SIKAPING

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam Strata Satu jurusamn Ekonomi Islam

Oleh:

IRVANNY NALURITTA

3213.012

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Irvanny Naluritta

NIM : 3213.012

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : **STRATEGI BERSAING DALAM MEMASARKAN PEMBIAYAAN MIKRO SYARIAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KC LUBUK SIKAPING**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul di atas adalah asli karya saya sendiri.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 30 Juli 2017

Saya yang menyatakan,



(IRVANNY NALURITTA)

NIM : 3213.012

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Irvanny Naluritta NIM: 3213.012** dengan judul **"Strategi Bersaing dalam Memasarkan Pembiayaan Warung Mikro Syariah pada Bank Syariah Mandiri Kc. Lubuk Sikaping "** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Juli 2017

Pembimbing I	Pembimbing II
Yuwarman Mansur,SE,MM	**H. Raymond Dantes, Lc, M.Ag,**
NIP. 196203111993031002	**NIP.197605272003121003**

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul **" Strategi Bersaing Dalam Memasarkan Pembiayaan Warung Mikro Syariah Mandiri Kc Lubuk Sikaping"** disusun Oleh **Irvanny Naluritta, NIM: 3213.012** Telah di uji dalam Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, hari Selasa tanggal 29 Agustus 2017 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.

Bukittinggi, September 2017

Tim Penguji,

Ketua

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1003

Penguji Utama

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1003

Dra. Rusyaida. D
NIP. 19690609 199703 2001

Penguji Pendamping

Yuwarman Mansur, SE, MM
NIP. 19620311 199303 1002

H. Raymond Dantes, Lc, M.Ag
NIP. 19760527 200312 1003

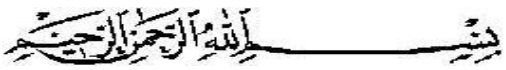
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 196211101999031003

KATA PENGANTAR



Segala puji dan rasa syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Swt. Karena atas ridha dan berkah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul ***Strategi Bersaing Dalam Memasarkan Pembiayaan Warung Mikro Syariah Pada Bank Mandiri Syariah KC Lubuk Sikaping.*** Penulisan ini adalah tugas akhir untuk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1), pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi. Shalawat beserta salam tidak lupa penulis ucapkan kepada junjungan umat sedunia, yakni Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa penerangan di muka bumi ini.

Selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum selaku Rektor IAIN Bukittinggi beserta Bapak/ Ibu Wakil Rektor.
2. Bapak H. Harfandi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi beserta Bapak/ Ibu Wakil Dekan.
3. Bapak Dr. H. Afifi Fauzi Abbas MA selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
4. Bapak Yefri Joni, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.

5. Bapak Yuwarman Mansur, SE.MM selaku Pembimbing I, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan memberi petunjuk, saran, dan masukan yang besar dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak H. Raymond Dantes, Lc. M.Ag selaku Pembimbing II, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan memberi petunjuk, saran, dan masukan yang besar dalam penyusunan skripsi ini.
7. Direktur Bank Syariah Mandiri Kc. Lubuk Sikaping beserta jajaran yang telah bersedia menjadi narasumber penulis.
8. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.

Semoga bantuan dan motivasi yang telah diberikan pada penulis dibalas oleh Allah SWT, penulis berharap semoga penelitian ini nantinya dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, terutama untuk penulis pribadi.

Bukittinggi, September 2017

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

ABSTRAK v

A. BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang 1
2. Identifikasi Masalah 5
3. Rumusan dan Batasan Masalah 5
4. Tujuan dan Manfaat Penelitian 6
5. Penjelasan Judul 6
6. Kajian Terdahulu..... 7
7. Sistematika Penulisan..... 9

B. BAB II LANDASAN TEORI

1. Pengertian Pemasaran..... 11
2. Strategi Pemasaran..... 13
3. Srategi dalam islam..... 15
4. Cara bersaing 19
5. Pembiayaan syariah 20
6. Warung Mikro Syariah..... 28

C. BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian..... 31
2. Lokasi dan Waktu Penelitian..... 31
3. Sumber Data..... 32
4. Teknik Pengumpulan Data..... 33
5. Teknik Analisis Data..... 35

D. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Perusahaan

a. Sejarah Perusahaan.....40

b. Visi dan Misi..... 43

c. Budaya Perusahaan 44

d. Struktur Organisasi..... 45

e. Produk-Produk BSM 48

2. **Analisa Strategi bersaing Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Warung Mikro**

a. Analisis internal faktor evaluation(IFE)..... 54

b. Analisis eksternal faktor evaluation(EFE)..... 57

c. Analisis matrik IFE dan EFE..... 59

d. Matrik SWOT..... 62

e. Analisis total bobok skor 65

f. Hasil Analisis Penulis 66

E. BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan..... 68

2. Saran..... 69

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

ABSTRAK

Skripsi ini atas nama **Irvanny Naluritta, NIM. 3213.012**, dengan judul **"STRATEGI BERSAING DALAM MEMASARKAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO SYARIAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC LUBUK SIKAPING.".**Maksud dari judul ialah bagaimana strategi bersaing dalam memasarkan pembiayaan warung mikro syariah pada Bank Mandiri Syariah KC Lubuk Sikaping.

Adapun motivasi penulis melakukan penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnyapengetahuan masyarakat tentang perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Dimana ketatnya persaingan menjadi kendala bagi Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping. Dalam menarik nasabah untuk melakukan pembiayaan, antar Bank sama- sama melakukan strategi, salah satunya adalah grebek pasar. Bank konvensional lebih dulu melakukan grebek pasar dari pada bank syariah seperti Bank BRI, BPR sehingga masyarakat lebih mengenal bank konvensional dibandingkan bank syariah.Untuk itu, Bank Mandiri Syariah ingin mencoba melakukan grebek pasar supaya dapat menarik nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing dalam memasarkan pembiayaan warung mikro syariah pada Bank Mandiri Syariah KC Lubuk Sikaping. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif dan metode analisis SWOT dan Matrik SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing dalam memasarkan pembiayaan warung mikro syariah pada Bank Mandiri Syariah KC Lubuk Sikaping.dapat dilakukan dengan cara menerapkan strategi SO *(Strenghts-Opportunity)* yaitu dengan cara memamfaatkan kekuatan untuk merebut peluang yang ada yakni memanfaatkan kepercayaan masyarakat mengenai haramnya bunga bank agar menimbulkan rasa tentram dan tenang serta didukung dengan fatwa MUI dan Undang- undang yang mendukung Bank Syariah dan memanfaatkan media elekronik untuk mempromosikan produk-produk pembiayaan dengan persentase keuntungan lebih rendah sehingga mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat.

STRATEGI BERSAING DALAM MEMASARKAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO SYARIAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC. LUBUK SIKAPING

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam Strata Satu jurusamn Ekonomi Islam

Oleh:

IRVANNY NALURITTA

3213.012

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2017

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menegakkan aturan-aturan ekonomi Islam. Sebagai bagian dari sistem-ekonomi, lembaga tersebut merupakan keseluruhan dari sistem-sosial. Masyarakat sebagai pengguna bank syariah mengikuti aturan atau kebijakan yang sesuai dengan syariat Islam yang diatur oleh bank Indonesia.

Dalam dunia perbankan, bank syariah merupakan industri jasa yang relatif baru, dimana menerapkan syariah Islam disetiap aktivitas perbankannya. Dengan melihat makin ketatnya persaingan di dunia bisnis jasa, maka bank syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Oleh karena itu dalam rangka meningkatkan kinerja operasionalnya, perbankan syariah berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh. Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan telah mengalami kemajuan yang pesatbeberapa tahun terakhir ini sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan kebijaksanaan deregulasi.

Adanya deregulasi finansial mengakibatkan fenomena baru yang mengakibatkan iklim persainganse makin hangat, termasuk didalamnya adalah persaingan dalam perbankan syariah. Hal ini karenapersaingan dalam dunia perbankan dipicu oleh pertumbuhan setiap bank. Sedangkan

pertumbuhansetiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat,baik berskala kecil maupun besar. Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan masalahbank yang paling utama. Tanpa dana yang cukup, bank tidak dapat berbuat apa-apa, atau dengankata lain bank tidak berfungsi sama sekali. Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan.

Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan factor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannnya. Untuk itu dari sisi bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasikan kebutuhan dan keinginan konsumen.[1]

Salah satu strategi yang sudah dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri adalah program Grebek Pasar. Dimana Grebek Pasar ini ada beberapa karyawan terjun langsung ke pasar untuk menarik nasabah menabung dan melakukan pembiayaan. Pembiayaan dalam bank syariah memerlukan adanya pemasaran/*marketing* untuk menjual produk yang

[1]Gozali Maski, *Analisis keputusan Nasabah Menabung:Pendekatan Komponen Dan Model Logistik studi pada Bank Syariah, (* hlm. 44

dimiliki guna memenuhi target yang akan dicapai sebagai cara untuk mendapatkan nasabah yang akan berdampak positif berupa keuntungan. Seorang *marketing* sering disebut sebagai ujung tombaknya perusahaan, karena ia memang bertugas untuk memitigasi serta memahami pasar dengan sangat baik, termasuk mampu memenuhi target penjualan sesuai dengan yang diharapkan.

Karyawan langsung mempromosikan produk-produk Bank Mandiri Syariah kepada para nasabah supaya mereka tertarik dan memiliki keinginan yang kuat menabung di Bank Mandiri Syariah. Masyarakat kurang mengetahui tentang perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Oleh karena itu, aktifitas perbankan Syariah tidak dapat dipisahkan dari persaingan. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah: 148

وَلِكُلٍّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَٱسْتَبِقُوا۟ ٱلْخَيْرَٰتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا۟ يَأْتِ بِكُمُ ٱللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَىْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.

Sebagai seorang pebisnis muslim, harus memahami kalau dalam ajaran Islam dianjurkan agar para umatnya untuk melakukan perlombaan untuk mencari kebaikan di segala hal, termasuk diantaranya dalam hal berbisnis. Ayat diatas juga menjelaskan bahwa

dalam berbisnis ada persaingan, namun persaingan yang dimaksud disini adalah bersaing secara sehat dan benar sesuai yang dicontohkan Rasulullah SAW.

Bank konvensioanl lebih dulu melakukan grebek pasar dari pada bank syariah seperti Bank BRI, BPR sehingga masyarakat lebih mengenal bank konvensional dibandingkan bank syariah.Untuk itu, Bank Mandiri Syariah ingin mencoba melakukan grebek pasar supaya dapat menarik nasabah.Di bank konvensional transaksi dilakukan langsung sedangkan bank Bank Syariah Mandiri mereka mencari nasabah kemudian membuka buku tabungan dan buku tabungan tidak langsung diterima tetapi di proses dulu di kantor. Bank Syariah Mandiri tidak secara menyeluruh menjaring nasabah untuk melakukan pembiayaan dan buku tabungan namun sebagian saja.

Oleh sebab itu strategi apa yang harus diterapkan Bank Mandiri Syariah untuk dapat menonjol dari bank lain. Untuk itu saya tertarik untuk meneliti strategi bersaing Bank Mandiri Syariah ini.Berikut data dari Bank Syariah Mandiri dibawah ini dengan mnggunakan Metode Frekuensi Relatif:

Rumus : (F/N×100 %)

Keterangan :

F : Frekuensi

N : jumlah populasi

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah PembiayaanBank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping 2014-2016

Tahun	Jumlah Pembiayaan	Kenaikan	Penurunan
		Jumlah	%
2014	280	0	0
2015	300	20	7,14 %
2016	310	10	3,33 %

Sumber :Data diolah sendiri

Diketahui bahwa terjadi kenaikan jumlah nasabah pada Bank Mandiri Syariah KC Lubuk Sikaping dari tahun ketahun, yaitu sebanyak 20 orang atau sebesar 7,14%. Pada tahun 2015 terdapat sebanyak 10 orang atau sebesar 3,33% pada tahun 2016.

Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul“ **STRATEGI BERSAING DALAM MEMASARKAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO SYARIAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC LUBUK SIKAPING “.**

B. Identifikasi Masalah

1. Upaya bank dalam memasarkan produk kurang.
2. Upaya bank Syariah Mandiri menerapkan strategi yang berbeda dari pesaing.

C. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu apakah strategi bersaing yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri kantor cabang Lubuk sikaping dalam memasarkan pembiayaan mikro?

2. Batasan Masalah

Untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga, maka penulis hanya akan membahas strategi bersaing yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KC Lubuk sikaping untuk memasarkan pembiayaan mikro, khususnya strategi grebek pasar.

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Masalah

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis stratrgi bersaing dalam memasarkan pembiayaan warung mikro syariah pada Bank Syariah Mandiri Kc Lubuk sikaping.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah :

a) Bagi Akademik, diharapkan peneliti ini bisa menjadi referensi dan sumber pengetahuan bagi akademik, mahasiswa dalam kajian ekonomi.

b) Bagi Peneliti, Penelitian ini bertujuan sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian pendidikan guna mencapai gelar Strata 1 (S1) Ekonomi Islam di IAIN Bukittinggi.

E. Penjelasan Judul

Adapun judul dari penelitian ini adalah Strategi Bersaing dalam memasarkan pembiayaan warung mikro syariah pada bank mandiri syariah kc lubuksikaping.

Strategi bersaing : Strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan yang memberikan perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin.

Bank Syariah Mandiri : Merupakan Sebuah lembaga suatu Bank yang bergerak di Kota Lubuk Sikaping yang mewujudkan suatu perkembangan ekonomi bersama masyarakat yamg berlandaskan Syariah dan berorientasi mencari laba untuk mengelola linkungan dalam perusahaan.

Pembiayaan : merupakan salah satu tugas pokok ank yaitu memberikan fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang deficit unit. [2]

[2] Muhammad, *manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: ekonisia, 2005), hal. 11

Warung mikro : pembiayaan yang bersifat produktif kepada nasabah atau calon nasabah perorangan atau badan usaha.

Dari penjelasan diatas maka judul saya adalah Strategi bersaing dalamemasarkan pembiayaan warung mikro syariah pada Bank Syariah MandiriKC Lubuk Sikaping

F. Kajian Terdahulu

1. Skripsi Ahrina Ahdar jurusan Ekonomi Islamnim 3212.014di IAIN Bukittinggi dengan judul“ AnalisisStrategi Bank Syariah Mandiri dalam Grebek Pasar dalam menjaring nasabah. Dalam penelitian ini dampak Seiring perkembangan suatu bisnis yang membuat pesaing menjadi ketat banyak perusahaan yang berlomba- lomba meningkatkan fasilitas prasarana, dan berbagai manfaat lainnya kepada pelanggannya. Hal tersebut juga terjadi pada Industri Perbankan Syariah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh. Terus melakukan strategi inovasi- inovasi pemasaran Produk Dana dan Jasa yaitu dimana di antaranya: Grebek Pasar, Door to Door (dari rumah ke rumah), Pik Up Service. Dari tiga strategi ini lah yang dilakukan pihak Bank Syariah Mandiri. Sumber data menggunakan Data Primer dan Data sekunder.
2. Skripsi Amila Khusnita jurusan akuntansi NIM 070810391155di Universitas Jembertentang Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Bersaing (Studi Kasus Pt.BNI Syariah Kantor Cabang Syariah

Jember). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana analisis SWOT dalam penentuan strategi bersaing. Metode yang digunakan Data Primer dan Data Sekunder.Hasil penelitian faktor internal dalam menentukan strategi bersaing pada Pt. Bank BNI Syariah kantor cabang syariah jember terdiri dari kekuatan meliputi : Tata kelola dan perilaku atau budaya bank syariah yang baik., iklim investasi positif dan semangat kerja tinggi, FDR normal, kontribusi positif terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan, membantu pengusaha-pengusaha di wilayah jember.

3. Skripsi Mahendro Arifianto nim 1323206006 jurusan Manajemen Perbankkan Syariah di IAIN Purwokerto dengan judul " Strategi Pemasaran Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara". Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan Data Primer dan Data Sekunder. Hasil penelitiannya yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran meliputi stratgi nasabah existing, strategi personal seling, strategi grebek pasar dan strategi pelayanan.

Berdasarkan uraian di atas terlihat perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian sebelumnya.Penulis pada saat ini membahas tentang Strategi Bersaing dalam Memasarkan Pembiayaan Warung Mikro Syariah pada Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan proposal ini pembahasan terdiri :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan : latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, dan batasan masalah, tujuan dan mamfaat penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu,dan sistematika penulisan.

BAB 11 : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan : pengertian strategi, pengertian strategi bersaing dalam islam, pengertian pembiayaan dan pembagian pembiayaan.

BAB 111 : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan : jenis peneloitian, lokasi penelitian, dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB 1V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan : gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan, produk-produknya, perkembangan perusahaan dan hasil analisis bagaimana strategi bersaing Bank Syariah Mandiri dalam memasarkan pembiayaan syariah dalam grebek pasar.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan : kesimpulan dan saran.

STRATEGI BERSAING DALAM MEMASARKAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO SYARIAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC. LUBUK SIKAPING

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam Strata Satu jurusamn Ekonomi Islam

Oleh:

IRVANNY NALURITTA

3213.012

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2017

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Manajemen Pemasaran Syariah

1. Pengertian manajemen

Manajemen adalah suatu seni dalam ilmu dan proses pengorganisasian seperti perencanaan, pengorganisasian,pergerakan, dan pengendalian atau pengawasan. Sedangkan menajemen syariah adalah pengelolaan untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara pada pencarian keridhaan Allah.Oleh sebab itu maka segala sesuatu langkah yang diambil dalam menjalankan manajemen tersebut harus berdsarkan aturan-aturan Allah yang tertuang dalam Al-Quran, Al-Hadist dan beberapa contoh yang dilakukan oleh para sahabat.

2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran suatu faktor yang penting dalam siklus yang bermula dan berakhir dalam kebutuhan konsumen dan mengkombinasikan-nya dengan data pasar.Kebanyakan orang mengatakan bahwa pemasaran adalah serangkaian kegiatan ekonomi yang mencakup penjualan, permintaan atau pembelian dan harga.Dalam kegiatan pemasaran tidak hanya mencakup transaksi jual beli, tetapi pemasaran lebih luas kegiatan penjualan. Oleh karena itu pemasaran adalah kegiatan vital dalam beberapa organisasi baik organisasi profit maupun

non profit yang didalamnya menyediakan barang dan pelayanan. Maka keberhasilannya tergantung sekali pada kemampuan dari organisasi tersebut dalam memahami dan menemukan segala yang dibutuhkan pelanggannya.

Drs. Bashu Swasta M. A dan Irwan Mengucapkan bahwa pemasaran adalah sebagai suatu strategi suatu system dari kegiatan- kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli.[1]

Menurut Philip Kotler mengatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukar produk yang bernilai dengan pihak lain.[2]

2. Strategi Pemasaran Syariah

Menurut Konsep dasar pemasaran dalam kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha social, penting pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakatakan suatu produk dan jasa.

---

[1]Basnu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern,* (Yogyakarta: Liberry, 1990), hal. 5

[2]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, (Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian),* (Jakarta: Selemba Empat, 1995), hal. 8

Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam,sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah.Syariah *Marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan valueatau suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya dengan akad dan prinsip- prinsip muamalah (bisnis) dalam islam.

Dengan demikian dapat disimpulkan metode pemasaran adalah jalan yang di tempuh pada suatu proses social yang didalamnya terdapat individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Hermawan Kajtajaya dan Muhammad Syakir Sula pemasaran syariah adalah sebuah displin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (business) dalam Islam.

Hal ini berarti bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan,nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan

prinsip-prinsip muamalah Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.[3]

Dalam kamus besar ilmu pengetahuan, strategi pemasaran merupakan proses pemasaran yang mencakup beberapa hal analisis atau kesempatan proses pemasaran yang mencakup beberapa hal analisis atau kesempatan –kesempatan, pemilikan sasaran- sasaran, pengembangan strategi, perumusan rencana implementasi serta pengawasan.[4] Strategi pemasaran harus sesuai tidak saja dengan pasar sasaran,tetapi juga dengan pesaing yang meginjar pasar yang sama.

1. Strategi dalam Islam (Syariah Marketing) yaitu :
   a. Rabbaniyyah

      Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilandan menyebarluaskan kemaslahatan.

   b. Akhlakiyyah

---

[3] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT.Mizan Pustaka, 2006) , h. 26

[4]Save M. Dagum, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan,* (Yogyakarta: BPFEE, 1994) , hal. 124

Etika bisnis Islam dalam pemasaran memiliki nilai keistimewaan lain dari lainnya yakni selain (rabbaniyyah) juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak, mulai dari moral etik dalam seluruh aspek kegiatannya, Karena moral nilai-nilai dan etika adalah yang bersifat universal, yang di ajarkan oleh semua agama.

c. Al-Waqiyyah

Pemasaran syariah merupakan sebuah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. Pemasar syariah adalah para pemasar professional dengan penampilan yang bersih, rapid an bersahaja. Sehingga apapun model dan gaya berpakaian mengedepankan nilai-nilai religious, kesaleha, aspek moral dan kejujuran berdasarkan syariat dalam segala aktifitas pemasarannnya adalah kunci dari keutamaannya.

d. Insaniyyah

Keistimewaan syariah marketer yang lain bisa di lihat dari sifatnya yang humanistis universal, yaitu : bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannnya terjaga dan terpelihara. Syariat Islam sendiri

diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status.[5]

2. Strategi Bersaing

Menurut Porter ada dua alasan mendasar dalam menentukan strategi bersaing perusahaan.Pertama adalah daya tarik industry yang di tujukan oleh profitabilitas industry dalam jangka panjang. Kedua, analaisis terhadap berbagai factor yang akan menentukan posisi persaingan di dalam Industry. strategi bersaing perusahaan merupakan langkah-langkah strategi yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan dan bertahan terhadap terhadap tekanan persaingan. Keunggulan bersaing dalam pasar akan memudahkan perusahaan untuk meraih keuntungan lebih besar dari pada pesaing dan memberikan kesempatan hidup lebih lama dalam persaingan. Strategi perusahaan dapat dijalankan secara ofensif atau defensif atau dilakukan bergantian sesuai dengan kondisi di lapangan[6]

[5]Hermawan Kertajaya dan Muhammad syakir sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Gema Insani, 2006), hal. 31

[6]Amila kusnita, *Analisis SWOT dalam penentuan, Strategi bersaing*, hal 16

3. Strategi Bersaing dalam Islam

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat.

a. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis.Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya tentang bisnis yang digelutinya termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang diperoleh adalah rezeki yang merupakan karunia yang telah ditetapkan Allah.

Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaik-baiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis, ia tidak akan takut akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezeki hanya karena anggapan rezeki itu di ambil pesaing. Hal ini dijelaskan dalam ayat Al-quran Al-Mulk ayat 15:

هُوَ ٱلَّذِى جَعَلَ لَكُمُ ٱلْأَرْضَ ذَلُولًا فَٱمْشُوا۟ فِى مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا۟ مِن رِّزْقِهِۦ ۖ وَإِلَيْهِ ٱلنُّشُورُ ﴿١٥﴾

"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari

rezki- Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan."[7]

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata datang dari Allah SWT akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pembisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia senantiasa sandarkan segala sesuatunya kepada Allah. Manakala bisnisnya memenangkan persaingan, ia bersyukur.

Sebaliknya, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Seorang muslim akan memandang bahwa bisnis hanyalah sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk mencari karunianya yang tersebar diseluruh penjuru bumi. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan "persaingan".

Bagi seorang muslim persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik, terbaik dalam produk yang bermutu, harga bersaing "tidak membanting harga, maupun merugikan konsumen", dan dengan pelayanan total.

[7] Al-Quran surat Al-Mulk ayat 15

4. Cara bersaing

Adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.

Dalam berhubungan dengan rekan bisnis, setiap pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi.Misalnya, memberikan sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal yang dikirimkan itu memiliki kualitas jelek.

Rasulullah saw. memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya.Itu bukan berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya.Yang beliau lakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebut spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut.Secara alami, hal seperti itu ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

Sementara itu, Negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak diperkenankan

fasilitas khusus pada seorang atau sekelompok pebisnis tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak.

3. Pembiayaan Syariah

Sebelum penulis menguraikan tentang pembiayaan syariah terlebih dahulu akan di kemukakan pengertian tentang pembiayaan atau kredit. Pembiayaan atau kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihakpeminjammelunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bagi hasil atau mark-up[8].

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau pembagian hasil keuntungan.

Dari pengertian pembiayaan diatas dapat dipahami bahwa pembiayaan merupakan penyediaan uang yang diberikan oleh bank kepadanasabah, dan si nasabah wajib mengembalikan uang tersebut setelah jangka waktu yang telah ditetapkan.

---

[8]Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil BMT,* (Yogyakarta: UI Press 2004) cet ke- 4 h. 166

Jenis Pembiayaan[9]

1. Pembiayaan Modal Kerja atau Pembiayaan eksploitasi

   Pembiayan modal kerja adalah pembiayaan untuk modal kerja perusahaan dalam rangka pembiayan aktiva lancar perusahan, seperti pembelian bahan baku/mentah, bahan penolong/ pembantu, barang dagangan, biaya eksploitasi dan barang modal dan lain-lain.

2. Pembiayaan Investasi

   Pembiayaan investasi adalah pembiayaan (berjangka menengah atau panjang) yang diberikan kepada usaha-usaha guna.

   a. Rehabilitasi

      Yaitu yaitu untuk pemulihan kapasitas produksi, penggantian alat-alat produksi dengan yang baru yang kapasitasnya sama atau perbaikan secara besar-besaran dari alat produksi sehingga kapasitasnya pulih kembali seperti semula.

   b. Modernisasi

      Yaitu penggantian alat-alat produksi dengan yang baru, yang kapasitasnya lebih tinggi dari dapat menghasilkan produksi yang lebih tingg, baik kualitas maupun kapasitas.

   c. Perluasan

[9]Veithzal rivai, Dkk, *Bank and Finansial Institution Manajemen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007)

Yaitu penambahan kapasitas produksi yang dibangun dengan satu unit proses lengkap seperti pabrik baru/tambahan. Perluasan dapat berbentuk penambahan mesin diikuti dengan penambahanatau perluasan gedung pabrik ataupun tidak diikuti oleh penambahan/ perluasan gedung pabrik.

d. Proyek Baru

Pembangunan pabrik/industridengan alat produksi baru usaha baru.

3. Pembiayaan konsumsi

Pembiayan yang diberikan untuk keperluan konsumsi berupa barang atau jasa dengan cara membeli menyewa atau dengsn cara lain. Pembiayaan konsumsi meliputi pembiayaan kendaran pribadi, pembiayaan perumahan (untuk diri sendiri, pembayaran sewa/kontrak rumah, pembelian alat-alat rumah tangga.

Pembiayaan syariah terdiri dari : Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Musyarakah, dan Pembiayaan Murabahah.

1. Pembiayaan Mudharabah adalah transaksi penanaman dari dari pemilik dana (shahibul maal) kepada pengelola dana (Mudharib) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai dengan syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak BerdasArkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.Mudharabah

adalah suatu perjanjian antara bank dan nasabah, sedangkan nasabah mengelola usaha tersebut tanpa campur tangan bank. [10]

a. Rukun Mudharabah

1) Pemilik modal yang menyerahkan barangnya untuk modal usaha.
2) Pengelola barang yang diterima dari pemilik barang.
3) Akad mudharabah antara pemilik dan pengelola barang.
4) Harta pokok atau modal.
5) Pekerjaan pengelolaan harta sehingga menghasilkan keuntungan.
6) Keuntungan.

b. Syarat Mudharabah

1) Barang modal yang diserahkan pemilik modal berbentuk uang tunai, selain uang tunai tidak diperbolehkan.
2) Yang melakukan akad mudharabah mampu menyerahkan / mengembalian.
3) Persentase pembagian hasil keuntungan antara pemilik modal dan pengelola jelas.
4) Pemilik modal melafalkan ijab, missal aku serahkan modal ini padamu untuk usaha, bila mendapatkan untuk laba dibagi dua dengan prosentase yang disepakti.
5) Pengelola bersedia mengelola modal dari pemilik modal.

---

[10] Warkum Sumitro, *Azas-Azas Perbankan Islam dan Lembaga terkait di Indonesia*, (Jakarta: Raja Gravindo Persada, 1997), h. 86

6) Mudharabah berlaku sesama muslim, boleh dengan non muslim dengan syarat modal dari orang non muslim dan yang mengelola orang muslim.
7) Pengelola tidak boleh melakukan mudharabah dengan pihak lain kecuali diizinakan pemilik modal.
8) Keuntungan tidak dibagi selama akad masih berlangsung, kecuali bila kedua pihak sepakat melakukan pembagian keuntungan.

2. Pembiayaan Musyarakah adalah transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana atau barang untuk menjalankan usaha tertentu sesuai dengan syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.
    a. Rukun al-Musyarakah yang harus dipenuhi dalam transaksi, yaitu:
    1) Ijab Kabul
    2) Pihak yang berkontrak
    3) Objek kesepakatan, modal dan kerja
    4) Keuntungan dan kerugian
    5) Nisbah bagi hasil

b. Jenis-jenis al-Musyarakah

1) Musyarakah kepemilikan, tercipta karena wasiat, warisan atau kondisi lain yang berakibat kepemilikan satu asset oleh dua orang atau lebih.

2) Musyarakah akad, tercipta karena kesepakatan dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal musyarakah dan berbagai keuntungan dan kerugian. Suatu kerja samadengan karakter campuran dapat terjadi dalam bentuk kerjasama modal dan pekerjaan, lahan pertanian dan pekerjaan perusahaan industri dan hal-hal sejenis.[11]

Musyarakah akad dibagi menjadi:

a) Sykirkah al-'inan, adalah para pihak berpartisipasi dalam dana dan kerja, berbagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Setiap mitra pada syikah al inan ini bertindak sebagai wakil dari pada mitra yang lain nya dalam setiap modal dan pekerjaan yang dilakukan untuk keperluan transaksi bisnisnya. Akad musyarakah ini tidak mengikat dan pada saat tertentu, setiap patner/ mitra berhak memutuskan untuk mengundurkan diri dan membatalkan kontrak kerjasama ini dan menjual sahamnya kepada mitranya atau

[11]Wiroso. *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta Barat: LPEE Usakti, 2009), hal. 126

pihak lain yang bersedia menjadi mitra baru dari usaha bisnis tersebut.

b) Syirkah al Mufawadah pada musyarakah ini setiap partner menyertakan modal yang sama nilainya, mendapatkan profit sesuai dengan modalnya, begitu juga dengan kerugian, di tanggung bersama-sama sesuai dengan modalnya. Para Ulama dari Mazhab Hanafi mengatakan bahwa setiap partner saling menjamin/ garansi lagi patner yang lainnya.para ulama Mazhab Hanafi dan Zairi memandang ini sebagai bentuk partnership yang legal. Sementara ulama Mazhab Safi'i dan Hambali memandang bahwa yang di pahami oleh Mazbab Hanafi adalah ilegal dan tidak mendasar.

3. Pembiayaan Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan keuntungan (margin) yang telah disepakati oelh penjual dan pembeli (bank dan nasabah).[12]

Sedangkan pembiayaan Murabahah yaitu : suatu perjanjian diman bank membiayai barang yang di perlukan nasabah dengan sistem pembayaran di tangguhkan.

a. Syarat-syarat Murabahah

1. Para pihak :

a) Berwenang secara hukum.

[12]Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisi Fgh dan Keuangan*, (Jakarta:IIIT Indonesia, 2003), cet IV, h. 61

b) Rela atau suka sama suka.

2. Objek :

   a. Ada secara fisik.

   b. Memliki kepemilikan yang jelas.

   c. Bukan barang yang haram.

   d. Harga.

   e. Tidak berubah selama masa perjanjian.

   f. Merupakan kesepakatan.

4. Warung Mikro Syariah

Pembiayaan Mikro adalah pembiayaan bersifat produktif kepada nasabah/calon nasabah perorangan/badan usaha dengan limit sampai dengan Rp200 juta. Termasuk dalam segmen mikro adalah pembiayaan dengan tujuan multiguna kepada nasabah perorangan dengan limit sampai dengan Rp50 juta yang disalurkan melalui Warung Mikro.

Warung mikro merupakan sebuah aktifitas layanan yang berupa layanan yang ada di kantor cabang atau kantor cabang pembantu yang ditunjuk untuk memasarkan, memproses, dan mengelola portofolio pembiayaan segmen mikro di Bank.jadi dapat di simpulkan bahwa produk warung mikro adalah keseluruhan konsep atas objek

proses,baik berupa barang atau jasa yang memberikan sejumlah nilai kepada nasabahatau konsumen.[13]

1. Ciri-ciri Bisnis Mikro

a. Jenis barang atau komoditas usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti.
b. Tempat usahanya tidak boleh menetap, sewaktu-waktupindah tempat.
c. Belum melakukan administrasi keuangan sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
d. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
e. Tingkat pendidikan rata-rata rendah.
f. Umumnya belum akses pada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank.
g. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau pernyataan legalitas lainnya termasuk NPWP.

2. Tujuan Produk Warung Mikro

a. Meningkatkan taraf hidup ekonomi rumah tangga anggota dengan mempelajari bersama serta menanamkan pengertian dan tata laksana ekonomi yang sehat, baik ekonomi keluarga maupun ekonomi bersama antar para anggota.

[13]Ramabat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), Edisi-3, h. 106

b. Mengembangkan ekonomi yang sehat diantara para anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta lebih sadar diri dan bertanggung jawab terhadap kelompoknya.
c. Memberikan pelayanan kepada para anggota baik dalam kebutuhan usaha, maupun rumah tangga, membina dan mengembangkan usaha dalam bidang organisasi, produksi pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia.

Warung mikro sebagai produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri menawarkan pembiayaan dengan akad murabahah dimana bank membiayai kebutuhan nasabah yang kekurangan sebesar harga keperluan dana sebesar harga barang (keperluan yang dibutuhkan) dan dikemudian hari nasabh tidak melunasi dana tersebut sekaligus pada waktu jatuh tempo. Melainkan dapat di angsur selama jangka waktu yang telah di tentukan atau sesuai dengan akad.

STRATEGI BERSAING DALAM MEMASARKAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO SYARIAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC. LUBUK SIKAPING

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam Strata Satu jurusamn Ekonomi Islam

Oleh:

IRVANNY NALURITTA

3213.012

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2017

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan *(field research*) yang merupakan usaha pengumpulan data yang dilakukan langsungdilapangan atau lokasi penelitian dengan melakukan wawancara atau observasi.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif.Metode ini bertujuan untuk pemdeskripsian secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi.Yang mengambarkan tentang bagaimana strategi bersaing BSM dalam memasarkan pembiayaang syariah dalam grebek syariah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Lubuk Sikaping. Lokasi penelitian dilakukan di Bank Mandiri Syariah,Lubuk Sikaping.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dimulai pada awal bulan Mei sampai akhir Juli 2017. Pengumpulan mengumpulkan data-data atau informasi mengenai semua bahan yang berkaitan denagn strategi bersaing BSM dalam memasarkan pembiayaan syariah pada program grebek pasar.

3. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah ;

a) Data Primer

Segala informasi yang diperoleh dari lapangan, dapat diperoleh juga dengan metode observasi atau wawancara dengan orang yang terlibat pada objek penelitian agar dapat tercapai sesuai tujuan.Dalam penelitian ini sumber informasi lapangan diperoleh dari observasi dan wawancara kepada Bank Syariah Mandiri Lubuk Sikaping seperti mewawancarai kepala Bank Syariah Mandiri Lubuk Sikaping dan Karyawan Bank Syariah Mandiri.

b) Data Sekuder

Data sekunder adalah jenis data dalam bentuk yang sudah dipublikasidan informasi yang dikeluarkan diberbagai informasi atau perusahaan termasuk majalah, jurnal dan lembaga lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.[1]

Data yang diperoleh secara tidak langsung, hanya didapat dari buku pustaka baik bacaan maupun data yang memungkinkan serta relevan dengan penelitian, serta didapat dari situs internet, buku-buku metode penelitian, buku-buku

[1]Supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif*,(Jakarta:Rineka Cipta, 1993), Cet.Ke-1, Hlm. 8.

perbankan syariah dan ekonomi serta majalah-majalah dan brosur.

4. Informan Penelitian

Informasi merupakan orang yang dijadikan sebagai tempat untuk mendapatkan informasi yang berkenaan dengan masalah yang penulis pecahkan. Dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah Pimpinan Bank Syariah Mandiri dan Bagian Mikro Admin.

5. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden untuk memperoleh informasi verbal dari responden.Metode wawancara membutuhkan kemampuan atau pendekatan personal yang kreatif dalam mengembangkan bahan wawancara dan mampu mendorong informan bercerita bebas dan terbuka.Hasil wawancara sangat subjektif[2].

Wawancara ini interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang (antara peneliti dan Kepala Bank Syariah Mandiri Lubuk Sikaping dan Karyawan) di Bank Syariah Mandiri di Lubuk Sikaping mengenai pertanyaan yang berhubungan dengan strategi bersaing grebek pasar.Metode

[2]Tony Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*, (Yokyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 21

wawancara terstruktur dalam mengajukan beberapa pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya sudah disiapkan. Dari pertanyaan tersebut peneliti akan mencatat semua jawaban di buku catatan atau membuktikan wawancara dengan berfoto dengan responden atau sumber data. Hasil dari wawancara tersebut di buat rangkuman yang lebih sistematis terhadap hasil wawancara.

b) Observasi

Observasi adalah seorang peneliti yang mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian dengan cara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.[3]

Kegiatan observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematik kejadian-kejadian,perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Salah satu peranan pokok dalam melakukan observasi ialah untuk menemukan interaksi yang kompleks dengan latar belakang sosial yang alami.

Observasi yaitu dilakukan dengan pengamatan langsung ke Bank Syariah Mandiri Lubuk Sikaping.Serta mengamati strategi bersaing Bank Syariah Makasih.Dalam memasarkan pembiayaan syariah dalam grebek pasar.Yang pencatatannya hanya dibatasi untuk mengetahui Bagaimana strategi bersaing

[3]Kholid Nurbuko dan Ahmad, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), hlm . 94

dalam memasarkan pembiayaan warung mikro syariah pada Bank Syariah Mandiri Kc Lubuk Sikaping.Dimana ilmu pengetahuan dasarnya diperoleh dari Kepala Bank Syariah Mandiri Lubuk Sikaping dan Karyawan. Dengan pencatatan hasil yang mana peneliti mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi social, jadi akan dapat diperoleh pandangan yang menyeluruh.

6. Teknik Analisis Data

a) Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis yang terdiri dari analisis grebek pasar yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan.Menurut Kotler analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruham kekuatan, kelemahan, peluang da ancaman.[4]

Sedangkan menurut Sutojo dan Kleinsteuber analiss SWOT adalah menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya di harapkan lebih mudah tercapai.[5]

Analisis SWOT adalah suatu pekerjaan yang cukup berat hanya dengan itu alternative-alternatif stratejik dapat

[4]Philp Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas, cetakan pertama, jilid 1 dan II, terjemahan Hendra Teguh (Jakarta: PT. Erlangga), 2008, hlm. 88

[5]Siswanto Sutojo, dan F. Kleinstauber, *Strategi Manajemen Pemasaran, seri manajemen* no. 6, cetakan pertama, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2002), hlm. 8

disusun.Kegagalan menaganalisisnya berarti gagal dalam mencari realsi dan titik temu antara faktor-faktor stratejik dalam lingkungan internal dan yang terdapat dalam lingkungan ekternal, sambil mencari hubungannya dengan misi, tujuan, dan sasaran organisasi juga merupakan kegagalan dalam memepersiapkan suatu keputusan stratejik yang baik. Adapun teknik yang di gunakan adalah sebagai berikut:

1. IFE (*Internal Faktor Evaluation)*

   Mengevaluasi factor-faktor yang ada dilingkungan internal organisasi yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

a. Kekuatan (Strengths)

   Kekuatan merupakan sumber daya yang berhubungandengan pesaing dan kebutuhan pangsa pasar yang suatu perusahaan sediakan atau diharapkan perusahaan tersedia.Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia pada perusahaan tersebut.

b. Kelemahan (weaknesses)

   Kelemahan merupakan suatu batasan atau kekurangan satu atau lebih sumber daya atau kompetensi yang berhubungan denagn pesaing yang menghambat pelaksanaan efektif pada perusahaan.

2. EFE (*Eksternal Faktor Evaluation)*

Mengevaluasi factor-faktor yang ada di luar lingkungan organisasi (peluang dan ancaman).

a. Peluang (Opportunities)

Peluang merupakan keadaan utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, segmen pasar, perubahan dalam persaingan atau keadaan peraturan, perubahan teknologi dan hubungan pembeli dan pemasok yang baik dapat menjadi peluangdalam perusahaan.

b. Ancaman (*Threats)*

Ancaman merupakan keadaan utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.Ancaman merupakan kunci penghalangatas posisi sekarang atau posisi yang diinginkan dalam suatu perusahaan.

Pemberian bobot yang dignakan untuk menilai factor internal dan ekternal yang penting, tidak penting, cukup penting, dan sangat penting. Pemberian bobot di urutkan menjadi 0,01(sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang), dan 0,15 (tertinggi). Sedangkan rating atau

peringkat digunakan untuk menilai sejauh mana factor internal dan ekternal penting atau tidak penting untuk dikembangkan.Pemberian nilai rating diurutkan dari 1 sampai 4 dimana 1 (tidak penting), 2 (cukup penting), 3 (penting) dan 4 (sangatpenting).

Setelah factor internal diberi nilai berdasarkan bobot dan rantingnya, maka nilai dikalikan sehingga memperoleh angka hasil kali yang kemudiaan di jumlahkan berdasarkan factor internal dan ekternal.Setelah semua di jumalahkan maka dipilih strategi yang memiliki nilai yang besar.

c. Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisis dan diberi bobot serta peringkat untuk masing-masing dari factor interal (kekuatan dan kelemahan)serta factor eksternal (peluang dan ancaman), maka dari semua factor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Melalui marik SWOT akan terlihat secara lebih rinci elemen dari factor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan)dan eksternal (ancaman dan peluang) yang dapat menigkatkan kemampuan bersaing BSM.

Pada matrik SWOT dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yaitu S-O (*Strengths-Opportunities*), S-T (*Strengths-Threats*), W-O (*Weaknesses-Opportunities*) dan

W-T (*Weaknesses-Threats*).Matrik SWOT ditunjukkan dengan menggunakan analisis SWOT dalam perumusan keputusan strategis guna penyusunan perencanaan usaha yang baik dengan menggunakan salah satu metode SWOT diantara berbagai metode yang ada, yaitu Matrik SWOT yang merupakan rangkuman dari berbagai metode.Matrik SWOT juga dapat dimanfaatkan dalam mencapai peluang usaha.

Berikut penjelasan mengenai matrik SWOT yang tergambar melalui tabel 3.1 di bawah ini.[6]

Tabel 3.1

Internal **Eksternal**	***Strengths* (Kekuatan)** **S**	***Weaknesses* (Kelemahan)** **W**
Opportunities **(Peluang)** **O**	**S-O** Mengoptimalkankemampuan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang	**W-O** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang
Threats **(Ancaman)** **T**	**S-T** Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari	**W-T** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari luar.

[6]Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2004) hlm. 19

	luar.	

STRATEGI BERSAING DALAM MEMASARKAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO SYARIAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC. LUBUK SIKAPING

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam Strata Satu jurusamn Ekonomi Islam

Oleh:

IRVANNY NALURITTA

3213.012

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2017

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha.Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa.Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.[1]

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

[1] Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC.Lubuk Sikaping

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan *(merger)* empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999.Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah *(dual banking system).*[2]

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

[2] Dokumen Bank Syariah Mandiri. KC. Lubuk Sikaping

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

PT Bank Syariah Mandiri memiliki 864 kantor, yang tersebar di 33 provinsi di seluruh Indonesia. Salah satunya terletak di Kota Lubuk Sikaping, Kabupaten Pasaman.Bank Syariah Mandiri Cabang Lubuk Sikaping, yang berada di Jalan Jenderal Sudirman No. 19-20.Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping berdiri tanggal 28 Maret 2011.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lubuk Sikaping pertama kali di pimpin oleh Venny Oktasari.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Sikaping, hadir dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni dan idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu unggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya diperbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik, modern, terdepan, dan menentramkan.

2. Visi dan Misi

a. Visi

"Bank Syariah Terdepan dan Modern"

Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, SME, commercial,* dan *corporate*.

Bank Syariah Modern: Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yangberkesinambungan.

2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.[3]

3. Budaya Perusahaan

Bank Syariah Mandiri sebagai Bank yang beroperasi atas dasar prinsip syariah Islam menetapkan budaya perusahaan yang mengacu kepada sikap akhlaqul karimah (budi pekerti mulia), yang terangkum dalam lima sikap yaitu :

a. Siddig

Menjaga martabat dengan integritas.Awali dengan niat yang tulus, berpikir jernih, bicara benar, sikap terpuji dan perilaku teladan.

b. Istigomah

Konsisten adalah kunci sukses.Pegang teguh komitmen, sikap optimis, pantang menyerah, kesabaran dan percaya diri.

[3]Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC. Lubuk Sikaping

c. Fathonah

Profesioanl adalah gaya kerja kami. Semangat belajar berkelanjutan, cerdas, inovatif, terampil dan adil.

d. Amanah

Terpecaya karena penuh tanggung jawab.Menjadi terpecaya, cepat tanggap, objektif, akurat dan disiplin.

e. Tabligh

Kepemimpinan berlandaskan kasih sayang.Selalu transparan, membimbing, visioner, komunikatif dan memberdayakan.[4]

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

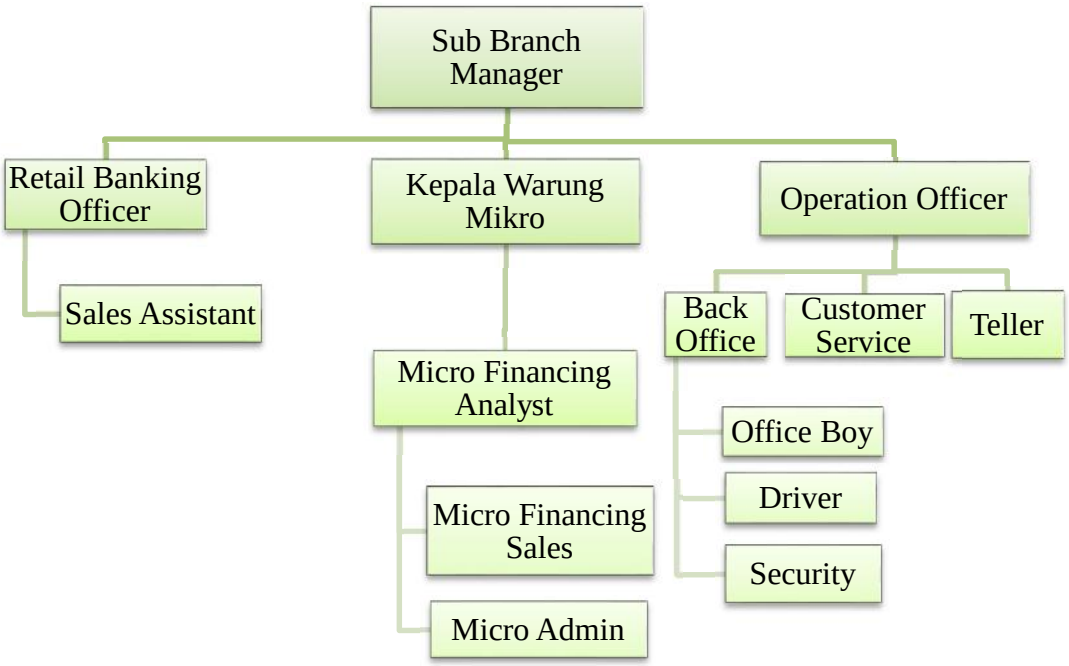
Struktur Organisasi merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan perusahaan secara rasional dan efektif. Struktur organisasi yang baik akan memudahkan koordinasi dan komunikasi secara kontrol atas semua aktifitas untuk mencapai semua tujuan.

Dengan struktur secara fleksibel dan tegas, maka setiap bagian dan seksi yang ada pada perusahaan melaksanakan tindak lanjut serta menopang tanggung jawab masing-masing hingga menuju tujuan akhir. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada struktur organisasi yang terdapat pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Sikaping berikut:

[4]Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC. Lubuk Sikaping

STRUKTUR ORGANISASI

BANK SYARIAH MANDIRI KCP LUBUK SIKAPING



Sumber : Data dari Back Office, Fri Hadi Maris 10 Juli 2017

Adapun tugas dan wewenang serta tanggung jawab pada setiap struktur organisasi akan diuraikan sebagai berikut:

1. *Sub Branch Manager*

   Bertanggung jawab memimpin, mengelola, mengawasi/mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan sarana organisasi Cabang Pembantu yang efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan, meliputi: Pendanaan, Pembiayaan, *fee based*, dan laba bersih.

2. *Operation Office*

   Memastikan kepatuhan aktivitas operasional Capem terkelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan pencapaian target bidang operasional Capem sesuai ketetapan Cabang Induk/Kantor Pusat.

3. *Sales Assistant*

   Bertugas melakukan kunjungan langsung ke lapangan atau survey ke calon Debitur dan memeriksa kelayakan dokumen persyaratan kredit calon Debitur beserta kekuatan legalitas dokumen persyaratan kredit calon Debitur.

4. *Micro Financing Analyst*

   Memastikan persetujuan atau penolakan pembiayaan yang diajukan, dan memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan keputusan Komite Pembiayaan.

5. *Micro Financing Sales*

   Micro Financing Sales atau PMM adalah ujung tombak bagi perusahaan yang bermain diwilayah mikro yang bertugas sebagaimana marketing yaitu memasarkan produk mikro.

6. *Micro Admin*

   Memastikan kelengkapan persyaratan penandatangan akad dan pencairan pembiayaan nasabah.

7. *Back Office*

   Memenuhi pelayanan operasional, administrasi pembiayaan dan kepegawaian dengan cepat dan benar, serta menyediakan sarana dan prasarana Kantor Capem secara memadai.

8. *Teller*

   Melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai, pengambilan/penyetoran non tunai dan surat-surat berharga dan kegiatan kas lainnya serta terselenggaranya layanan di bagian kas secara benar, cepat, dan sesuai dengan standar pelayanan Bank.

9. *Customer Service*

   Melaksanakan kegiatan operasional dan pelayanan Nasabah sesuai dengan ketentuan dan standar.

5. Produk – Produk Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping

Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping menyediakan berbagai layanan syariah untuk seluruh kebutuhan financial nasabahnya, baik dalam bentuk penghimpunan dana, penyaluran dana, maupun dalam bentuk layanan jasa. Adapun produk dana dan jasa Bank Syariah Mandiri terdiri dari sebagai berikut:[5]

[5]Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping

a. Produk Pendanaan

1) Tabungan BSM

Tabungan BSM merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di kantor BSM atau melalui ATM. Tabungan Jenis Ini menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah.

2) BSM Tabungan Mabrur

BSM Tabungan Mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan Ibadah Haji dan Umrah dengan menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah. BSM KCP Lubuk Sikaping menyediakan fasilitas talangan haji untuk memudahkan nasabah untuk mendapatkan porsi haji, dan memberikan kemudahan dalam melakukan pendaftaran haji secara online dengan Siskohat Departemen Agama.

3) BSM Tabungan Investa Cendekia

Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping menyedikan layanan syariah yang memudahkan nasabah dalam melakukan perencanaan keuangan masa depan, khususnya pendidikan putra/putri nasabah, dengan menghadirkan produk BSM Tabungan Investa Cendekia. Dalam Implementasinya jenis tabungan ini menggunakan prinsip Syariah Mudharabah Mutlaqah.

4) BSM Tabungan Berencana

BSM Tabungan Berencana dilaksanakan berdasarkan prinsip Syariah Mudharabah Mutlaqah yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan. Produk inimemberikan bagi hasil yang kompetitif, serta kemudahan perencanaan keuangan nasabah dalam waktu jangka panjang. Selain itu, produk ini memberikan perlindungan asuransi secara gratis dan otomatis tanpa pemeriksaan kesehatan.

5) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan ini dilaksanakan dengan akad wadiah (titipan) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati. Tabungan ini memberikan bonus bulanan kepada nasabah sesuai dengan kebijakan yang ditentukan oleh BSM.

6) TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. TabunganKu menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah.

7) BSM Deposito

BSM Deposito merupakan investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan

prinsip Mudharabah Muthlaqah. Fasilitas yang dapat diterima nasabah pada produk ini berupa *Automatic Roll Over* (ARO).

8) BSM Giro

BSM giro merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad Dhammanah. Produk ini memberikan kemudahan kepada nasabah berupa transaksi dengan menggunakan cek atau B/G, dengan fasilitas *Intercity Clearing* untuk kecepatan bayar inkaso (kliring antar wilayah), BSM *Card* sebagai kartu ATM sekaligus debet (untuk perorangan) serta fasilitas pengiriman *account statement* setiap awal bulan.

9) BSM Card

Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (*EDC/Electronic Data Capture)* dengan menyediakan BSM *Card*. BSM *Card* dapat digunakan dalam transaksi tarik tunai diseluruh ATM BSM, ATM Mandiri, ATM BCA, ATM Bersama, dan ATM Prima.

10) BSM Mobile Banking GPRS

Produk ini merupakan layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui mobile phone *(handpone)* berbasis GPRS, selain itu juga dilengkapi fitur spesial transfer real time ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Modal Kerja

Fasilitas pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada pelaku usaha baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing untuk membiayai kebutuhan modal kerja dalam siklus waktu tertentu. Pembiayaan jenis ini menggunakan dua akad yaitu, akad Mudharabah dan Musyarakah.

2) Pembiayaan Pensiunan

Pembiayan konsumer (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan) melalui akad Murabahah atau Ijarah.

3) BSM KPR/Griya

Pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah dengan akad Murabahah.

4) BSM OTO

Pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor baik baru ataupun bekas dengan sistem Murabahah.

5) Pembiayaan Implan

Merupakan jenis pembiayaan dari bank kepada nasabah khusus untuk Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan BUMN dengan menitipkan Surat Keputusan (SK) kepada pihak bank.Pembiayaan ini menggunakan akad Murabahah.

6) Pembiayaan Talangan Umrah

Pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus yang menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi/seat umrah dan pada saat pelunasan BPIH.

7) Pembiayaan Investasi

Fasilitas pembiayaan jangka pendek / jangka panjang dalam mata uang rupiah maupun valuta asing untuk membiayai kebutuhan investasi berupa rehabilitasi, modernisasi, perluasan, pendirian proyek baru dan atau kebutuhan khusus lainnya yang dinilai layak oleh bank.

8) Pembiayaan Warung Mikro

Pembiayaan Mikro adalah pembiayaan bersifat produktif kepada nasabah/calon nasabah perorangan/badan usaha dengan limit s.d. Rp200 juta. Termasuk dalam segmen mikro adalah pembiayaan dengan tujuan multiguna kepada nasabah perorangan dengan limit sampai dengan Rp50 juta yang disalurkan melalui Warung Mikro.

B. Analisa Strategi Bersaing Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Warung Mikro

Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threat*).

1. Analisis Internal Faktor Evaluation (IFE)

Internal Factor Evaluation (IFE) Matriks berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari dalam perusahaan dimana akan dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan.

a. Kekuatan

1) Rasa tentram dan tenang karena produk pembiyaan di Bank Syariah terhindar dari riba.Seluruh agama melarang riba karena riba bukan hanya merupakan persoalan masyarakat Islam,tetapi diluar Islam pun memandang serius masalah ini.
2) Keunggulan dari produk pembiayaan mikro pada Bank SyariahMandiri KC Lubuk Sikaping ini adalah memiliki margin/ persentase keuntungan yang lebih rendah di bandingkan Bank Konvensional, sesuai dengan prinsip syariah dengan akad jual beli, dan diharapkan memberikan berkah bagi perkembangan usaha nasabah secara khusus dan menumbuhkan perekonomian masyarakat secara umum.
3) Prospek produk mikro kedepannya cukup bagus, mengingat jumlah pelaku usaha yang juga bertambah seiring berjalannya waktu, sehingga mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat.

4) Selama masa pembiayaan, besarnya angsuran tetap dan tidak berubah sampai lunas. Pada kredit konvensional, angsuran bersifat *floating* (mengambang) tergantung suku bunga yang berlaku. Lain halnya dengan produk pembiayaan warung mikro Bank Syariah Mandiri, angsuran akan tetap selama masa pembiayaan sesuai dengan kesepakatan pada saat penandatangan akad.
5) Proses pengajuan pembiayaan yang mudah dan relatif cepat.

   Proses pengajuan warung mikro juga relatif mudah dan cepat. Ketika nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan sudah melengkapi persyaratan yang dibutuhkan dan telah disetujui oleh puhak bank, maka selanjutnya akan diadakan akad atau kontrak perjanjian antara nasabah dan bank yang setelah itu dana pembiayaan langsung cair.
6) Jangka waktu pembiayaan yang panjang.

   Semakin panjang waktu pembiayaan maka semakin kecil jumlah angsuran yang dibayarkan setiap bulannya. Dengan jangka waktu hingga 4 tahun, nasabah yang bisa mengangsur sesuai dengan kemampuan finansial yang dimiliki oleh nasabah.
7) Merupakan salah satu perusahaan swasta yang memiliki brand yang cukup familiar.

b. Kelemahan

Kelemahan dari produk mikro ini yaitu:

1) Belum memliki fasilitas pembiayaan KUR seperti yang diperoleh oleh Bank BUMN/ Bank kovensional kurang dapat bersaing.

2) Masih adanya persyaratan agunan.[6]

Tabel 4.1
Analisis Faktor Internal Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weaknesess)
• Rasa tentram dan tenang karena produk pembiyaan di Bank Syariah terhindar dari riba. • margin/ persentase keuntungan yang lebih rendah di bandingkan Bank Konvensional • mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat. • Selama masa pembiayaan, besarnya angsuran tetap dan tidak berubah sampai lunas • Proses pengajuan pembiayaan yang mudah dan relatif cepat. • Jangka waktu pembiayaan yang panjang. • Merupakan salah satu perusahaan swasta yang memiliki brand yang cukup familiar	• Belum memliki fasilitas pembiayaan KUR seperti yang diperoleh oleh Bank BUMN/ Bank kovensional kurang dapat bersaing • Masih ada persyaratan agunan.

Sumber: Wawancara Lapangan, 10 Juli 2017

[6] Wawancara dengan Bagian Mikro Maria Gunarti tanggal 10 Juli 2017

2. Analisis Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

External Factor Evaluation (EFE).Matriks yang berguna untuk mengetahuifaktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dari luar perusahaan dilihat dari peluang dan ancaman yang ada

a. Peluang

1) Fatwa MUI bahwa Bunga Bank Haram.
2) Memiliki undang undang yang mendukung bank syariah. Peraturan mengenai perbankan syariah dalam undang-undang Nomor 7 Tahun 1992tentang perbankan sebagimana telah diubah dengan Undang –Undang Nomor 10 Tahun 1998 belum spesifik dan mengakomodir.
3) Promosi melalui media elektronik.

   Pada era globalisasi ini media elektronik adalah salah satu media pemasaran yang sangat efektif. Saat ini masyarakat sekarang lebih banyak mengakses media elektronik dibanding media cetak. [7]

b. Ancaman

1) Adanya pesaing seperti Bank BRI dan Mandiri Mitra Usaha karena bank tersebut memiliki satu produk yaitu KUR dengan bunga ringan dan merupakan program pemerintah karena notabenenyabank tersebut adalah BUMN (Badan Usaha Milik Negara) sedangkan Bank Syariah Mandiri berstatus perusahan swasta milik Negara.
2) Masih banyak sebagian dari masyarakat yang ada di Lubuk Sikaping yang belum mengenal Bank Syariah Mandiri. Sebagian mereka masih

[7] Wawancara dengan Bagian Mikro Maria Gunarti tanggal 10 Juli 2017

beranggapan bahwa bank syariah dan konvensinal sama padahal produk pembiayaan yang ada di bank syariah tidak berbeda dengan produk kredit dari konvensional.

3) Kesan sulit dan rumit pada Bank Syariah.

Tabel 4.2
Analisis Faktor Eksternal Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping

Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threat)
• Fatwa MUI bahwa Bunga Bank Haram. • Memiliki undang undang yang mendukung bank syariah. • Promosi melalui media elektronik	• Adanya pesaing dengan bunga ringan dan merupakan program pemerintah. • Masih banyak sebagian dari masyarakat yang ada di Lubuk Sikaping yang belum mengenal Bank Syariah Mandiri • Kesan sulit dan rumit pada Bank Syariah.

Sumber : Wawancara Lapangan, 10 Juli 2017

3. Analisis Matrik IFE dan EFE

Analisis matrik IFE adalah menganalisis, menjelaskan, serta mengevaluasi faktor-faktor yang ada dilingkungan internal Bank Syariah Mandiri KC. Lubuk Sikaping berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki industri tersebut. Sedangkan analisis matrik EFE adalah mengevaluasi, menjelaskan faktor-faktor yang ada di luar lingkungan Bank Syariah Mandiri KC. Lubuk Sikaping yaitu peluang dan ancaman.

a. Analisis Matrik IFE

Tabel 4.3
Hasil Analisis Matrik IFE

NO	Faktor Internal Kekuatan (S)	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Rasa tentram dan tenang karena produk pembiyaan di Bank Syariah terhindar dari riba.	0,15	4	0,60
2	margin/ persentase keuntungan yang lebih rendah di bandingkan Bank Konvensional	0,10	3	0,30
3	mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat.	0,10	3	0,30
4	Selama masa pembiayaan, besarnya angsuran tetap dan tidak berubah sampai lunas.	0,15	4	0,60
5	Proses pengajuan pembiayaan yang mudah dan relatif cepat.	0,15	4	0,60
6	Jangka waktu pembiayaan yang panjang.	0,10	3	0,30
7	Merupakan salah satu perusahaan	0,10	3	0,30

	swasta yang memiliki brand yang cukup familiar.			
	Jumlah	**0,85**	**24**	**3**

	Variabel Kelemahan W			
1	Belum memiliki fasilitas pembiayaan KUR	0,10	3	0,30
2	Masih adanya persyaratan agunan	0,05	2	0,10
	Jumlah	**0,15**	**12**	**0,40**
	TOTAL	**1,00**		**3.40**

Sumber: Analisis data primer

Berdasarkan hasil analisis matrik IFE di atas dapat disimpulkan bahwa total nilai 3,40.Hal ini menggambarkan bahwa sebuah perusahaan merespon sangat baik terhadap kekuatan dan kelemahan yang ada dalam industrinya.Strategi perusahaan secara efektif mengambil keuntungan dari kekuatan yang ada saat ini dan meminimalkan efek yang mungkin muncul darikelemahan internal perusahaan.

b. Analisis Matrik EFE

Tabel 4.4
Hasil Analisis Matrik EFE

NO	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
	Variabel Peluang O			
1	Fatwa MUI bahwa Bunga Bank Haram.	0,15	4	0,60
2	Memiliki undang undang yang mendukung Bank Syariah.	0,15	4	0,60
3	Promosi melalui media elektronik	0,15	4	0,60
4	Mayoritas masyarakat muslim	0,10	3	0,30
5	Satu satunya Bank Syariah yang berada di Lubuk Sikaping	0,10	3	0,30
	Jumlah	**0,65**	**18**	**2,4**
	Variabel Ancaman T			
1	Adanya pesaing dengan bunga ringan dan merupakan program pemerintah.	0,15	4	0,60
2	Masih banyak sebagian dari masyarakat yang ada di Lubuk Sikaping yang belum mengenal Bank Syariah Mandiri	0,10	3	0,30
3	Kesan sulit dan rumit pada Bank	0,10	3	0,30

	Syariah			
	Jumlah	**0,35**	**10**	**1,20**
	TOTAL	**1,00**		**3,60**

Sumber: Analisis data primer

Dari table matrik EFE di atas dapat disimpulkan bahwa total nilai 3,60.Hal ini menggambarkan bahwa sebuah perusahaan merespon sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya.Strategi perusahaan secara efektif mengambil keuntungan dari peluang yang ada saat ini dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal perusahaan.

4. Matrik SWOT

Setelah mendapatkan matriks IFE dan matriks EFE, maka perusahaan dapat melanjutkan dengan memasukkan data yang ada pada matriks EFE dan matriks IFE kedalam analisa matriks SWOT.Pada penentuan Strategi berdasarkan kombinasi S, W, O, dan T, akan muncul empat strategi umum yaitu: strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan Strategi WT. Setiap strategi membahas kombinasi strategi dari masing-masing elemen yang ada. Setiap strategi juga mempunyai keunggulan tersendiri.

Berikut dibawah merupakan strategi terpilih yang didapatkan dari kombinasi faktor-faktor yang mempengaruhi S, W, O, dan T pada Bank Syariah Mandiri KC. Lubuk Sikaping masing-masing strategi baik strategi SO, WO, ST, dan WT.

Tabel 4.5
Matrik SWOT Strategi Bersaing Dalam Memasarkan Pembiayaan Warung Mikro Syariah Pada Bank Syariah Mandiri Kc Lubuk Sikaping

Internal **Faktor**	a. Rasa tentram dan tenang karena produk pembiyaan di Bank Syariah terhindar dari riba. b. Margin/ persentase keuntungan yang lebih rendah di bandingkan Bank Konvensional. c. Mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat. d. Selama masa pembiayaan, besarnya angsuran tetap dan tidak berubah sampai lunas. e. Proses pengajuan pembiayaan yang mudah dan relatif cepat. f. Jangka waktu pembiayaan yang panjang. g. Merupakan salah satu perusahaan swasta yang memiliki brand yang cukup familiar.	a. Belum memiliki fasilitas pembiayaan KUR. b. Masih adanyapersyaratan agunan.

Eksternal **Faktor**		
Peluang **(*Opportunities*** **)** a. Fatwa MUI bahwa bunga Bank haram b. Memiliki undang-undang yang mendukung Bank syariah c. Promosi melalui media	**Strategi SO** a. Memanfaatkan kepercayaan masyarakat mengenai haramnya bunga bank agar menimbulkan rasa tentram dan tenang serta didukung dengan fatwa MUI dan Undang- undang yang mendukung Bank Syariah (S1, O1,O2) b. Memanfaatkan media elekronik untuk mempromosikan produk-	**Strategi WO** a. Menciptakan fasilitas KUR sesuai dengan kebutuhan masyarakat kemudian melakukan promosi yang lebih intensif. (W1, O3) b. Lebih meringankan syarat agunan sesuai dengan kemampuan masyarakat sehingga masyarakat yang mayoritas muslim

elektronik. d. Mayoritas masyarakat muslim. e. Satu-satunya bank syariah yang ada di Lubuk Sikaping.	produk pembiayaan dengan persentase keuntungan lebih rendah sehingga mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat (S2, S3, O3)	akan lebih tertarik terhadap pembiayaan Bank Syariah yang merupakan satu-satunya Bank Syariah di Lubuk Sikaping (W2, O4, O5)
Ancaman **(*Threat*)** a. Adanya pesaing dengan bunga ringan dan merupakan program pemerintah. b. Masih banyak sebagian dari masyarakat yang ada di Lubuk Sikaping yang belum mengenal Bank Syariah Mandiri. c. Kesan sulit dan rumit pada Bank Syariah.	**Strategi ST** a. Sebagai salah satu Bank pemerintah yang memiliki brand yang cukup familiar, Bank harus lebih mensosialisasikan operasional dari Bank Syariah sampai ke daerah terisolir sehingga Bank Syariah lebih di kenal.(S7, T2) b. Dengan proses pengajuan pembiayaan yang mudah dan relatif cepat sehingga mampu mengatasi kesan sulit dan rumit dimasyarakat. (S5, T3)	**Strategi WT** a. Dengan lebih meringankan syarat agunan yang sesuai dengan kemampuan, dapat mengurangi kesan sulit dan rumit dimata masyarakat. (W2, T3)

Sumber: Analisis data primer

5. Analisis Total Bobot Skor

Setelah dilakukan analisa pada setiap strategi yang telah ditetapkan yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah memilih satu dari keempat strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.Untuk memilih strategi yang telah ditetapkan sebelumnya perusahaan dapat memakai pendekatan metode tabel bobot skor, dimana perusahaan dapat menilai manakah dari keempat strategi itu yang mempunyai nilai skor tertinggi. Dimana strategi dengan skor tertinggi akan dipakai oleh perusahaan dalam membuat kebijakan dan keputusan yang mempengaruhi performa perusahaan. Berikut tabel bobot skor pada perusahaan.

Tabel 4.6
Tabel Bobot Skor pada Matriks SWOT

Internal / Eksternal	Kekuatan(S*treng ht*) S	Kelemahan(*Weakn ess*) W
Peluang(*Opportunit ies*) O	**Total Skor** S + O	**Total Skor** W + O

	3 + 2.4 = **5.4**	0.40 + 2.4 = **2.80**
Ancaman (*Threat*) T	**Total Skor** S + T 3 + 1.20 = **4.20**	**Total Skor** W + T 0.40 + 1.20 = **1.60**

Sumber: Analisis data primer

Berdasarkan hasil tabel bobot skor pada matrik SWOT diatas dapat terlihat bahwa strategi SO lah yang memiliki skor tertinggi yaitu 5.4 dibandingkan dengan strategi lainnya, maka Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping dapat menggunakan strategi SO untuk bersaing dengan perbankan lainnya sehingga dapat bertahan di dunia bisnis dan meningkatkan jumlah pembiayaan mikro.Strategi SO (*Strengths dan opportunites*) merupakan strategi yang menggabungkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping.

6. Hasil Analisis Penulis

Hal yang akan penulis analisa adalah bagaimana strategi bersaing Bank Syariah mandiri KC Lubuk Sikaping. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT, analisis IFE dan EFE.Teknik pengumpulan data penulis lakukan melalui wawancara dan observasi langsung.

Pengertian strategi secara umum adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Pengertian strategi secara khusus adalah tindakan yang bersifat meningkat dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa depan.

Dalam aturan sistem perekonomian sebuah negara, Islam mengatur ada peranan pemerintah untuk mengatur jalannya perekonomian agar sesuai dengan aturan-aturan yang tidak melanggar ketentuan yang telah ditetapkan ajaran Islam khusus dalam ekonomi atau bersaing dalam bisnis. Peranan pemerintah diperlukan berupa aspek hukum, perencanaan, dan pengawasan distribusi dan alokasi sumber dana, serta pertumbuhan dan stabilitas ekonomi.

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan sebelumnya, maka untuk dapat bersaing serta meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan mikro bank Syariah Mandiri KC. Lubuk Sikaping, strategi yang dapat digunakan oleh bank Syariah Mandiri KC. Lubuk Sikaping yaitu dengan memanfaatkan strategi SO (*Strengths dan opportunites*), dimana strategi SO merupakan strategi yang memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.[8]Strategi ini diperoleh dengan

[8]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2004) h 19.

mengkombinasikan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dimanfaatkan tersebut yaitu:

1. Memanfaatkan kepercayaan masyarakat mengenai haramnya bunga bank agar menimbulkan rasa tentram dan tenang serta didukung dengan fatwa MUI dan Undang- undang yang mendukung Bank Syariah.
2. Memanfaatkan media elekronik untuk mempromosikan produk-produk pembiayaan dengan persentase keuntungan lebih rendah sehingga mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat.

Setiap pesaing mempunyai potensi sesuai dengan keunggulan yang mereka miliki dalam bersaing, oleh karena itu pihak Bank Syariah mandiri KC Lubuk Sikaping harus mengatasi hal ini. Dalam hal penggunaan prinsip yang bebas dari riba sehingga akan menimbulkan rasa aman dihati masyarakat, karena banyaknya populasi umat muslim itu menjadi peluang bagi Bank Syariah Mandiri untuk mengembangkan perusahaan. Serta dengan pengambilan keuntungan atau margin yang lebih rendah untuk pihak Bank, tidak menyulitkan masyarakat sehingga perekonomian dapat terus bertumbuh.

Bank Syariah Mandiri harus lebih jeli lagi dalam menangkap peluang. Dengan kehadiran banyak pesaing di harapkan mampu memenangkan pesaingan dengan mengandalkan kekeuatan yang dimilki. Meskipun pesaing menerapkan strategi yang sama seperti grebek pasar tetapi Bank Syariah Mandiri memiliki perbedaan dari segi prinsip yang berpilar pada bagi hasil dan menghindari riba.

Setiap masyarakat memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dalam melakukan pembiayaan, hal ini menjadikan pihak perusahaan menawarkan dalam bentuk jenis produk pembiayaan yang berbeda yang ditawarkan kepada masyarakat sesuai dengan tingkatan kebutuhan. Bank Syariah Mandiri KC. Lubuk Sikaping akan dapat bersaing di dunia usaha dengan tetap mempertahankan keunggulan yang dimilikinya.

STRATEGI BERSAING DALAM MEMASARKAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO SYARIAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC. LUBUK SIKAPING

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam Strata Satu jurusamn Ekonomi Islam

Oleh:

IRVANNY NALURITTA

3213.012

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
TAHUN 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat menyimpulkan bahwa, strategi bersaing Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan strategi SO *(Strenghts-Opportunity)* yaitu dengan cara urutan prioritas strategi sebagai berikut.

a. Memanfaatkan kepercayaan masyarakat mengenai haramnya bunga bank agar menimbulkan rasa tentram dan tenang serta didukung dengan fatwa MUI dan Undang- undang yang mendukung Bank Syariah.
b. Memanfaatkan media elekronik untuk mempromosikan produk-produk pembiayaan dengan persentase keuntungan lebih rendah sehingga mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat.

Pembiayaan Warung Mikro Syariah Mandiri merupakan produk alternatif pembiayaan dari Bank Syariah Mandiri yang diperuntukan bagi pengusaha yang skalanya sangat terbatas atau disebut UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) dengan menggunakan akad murabahah.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan pada Bank Syariah Mandiri terhadap strategi bersaing Perbankan maka penulis memberikan beberapa saran yaitu:

1. Memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin mengajukan pembiayaan warung mikro, utamanya bagi masyarakat yang layak setelah dilakukan suvei.
2. Lebih memberdayakan masyarakat yang kurang mampu untuk dibina dalam meningkatkan usaha mikro mereka sehingga menjadi pengusaha yang sukses dan bertaqwa.
3. Meningkatkan konsistensi kegiatan yang berjalan didalam perbankan sehingga Bank Syariah tetap didalam koridor yang sesuai dengan ketentuan Syariah serta keberkahan yang nyata.
4. Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping ini harus lebih mensosialisasikan produk-produk yang ada khususnya produk pembiayaan mikro agar masyarakat lebih mengenal produk pembiayaan mikro.

Kepada
PT. BANK SYARIAH MANDIRI
Kantor Cabang Lubuk Sikaping
Jl. Jenderal Sudirman No. 73, Bukittinggi, Sumatera Barat.

U.p.: Branch Manager

Perihal: **PERSETUJUAN PENELITIAN (RISET)**

Assalaamu`alaikum Wr. Wb.

Semoga Saudara dan seluruh staf dalam keadaan sehat wal 'afiat dan senantiasa mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT. Amin.

Menunjuk referensi di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa pelaksanaan riset dalam rangka penulisan penelitian dapat dilaksanakan di Cabang Saudara, dengan keterangan sebagai berikut:

No	Nama	Jurusan/ Univ.	Judul Penelitian
1.	Irvanny Nalurita	Ekonomi Islam / IAIN Bukittinggi	Strategi Bersaing dalam Memasarkan Pembiayaan Warung Mikro Syariah pada Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping.

1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No 10 tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Mandiri yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta riset harus mematuhi SE No. 5/007/DSI tanggal 5 Agustus 2003 perihal Riset, Survey, Penelitian Ilmiah, Pengisian Kuesioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi; program studi S.1-S.2 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah. menengah kejuruan/diploma.
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarluaskannya kepada pihak lain.
4. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin (*fotocopy*) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
5. Peserta melaksanakan riset selama ± 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan, dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan.
6. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
7. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah *copy* hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Mandiri.
8. Peserta wajib menandatangani **Surat Pernyataan** bermaterai (terlampir).

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.

Wassalaamu`alaikum Wr. Wb.

Human Capital Group
Wisma Mandiri I Lantai 2
Jl. MH Thamrin No. 5 Jakarta Pusat 10340
Telp. (021) 2300 509 **ext. 0273**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B- 1154 /In.26.3/PP.07/06/2017 — 13 Juni 2017
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth.
Pimpinan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM)
Kantor Cabang Lubuk Sikaping

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**IRVANNY NALURITA**
NIM	:	**3213. 012**
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Semester	:	VIII (Delapan)
Alamat	:	Jln. Nuri 11, No. 12, Kanagarian Tanjung Beringin, Kecamatan Lubuk Sikaping
Lokasi Penelitian	:	PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Lubuk Sikaping
Judul Skripsi	:	***"Strategi Bersaing dalam Memasarkan Pembiayaan Warung Mikro Syariah pada Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping"***
Waktu	:	13 Juni s/d 29 Juli 2017

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B- 1154 /In.26.3/PP.07/06/2017 — 13 Juni 2017
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth.
Pimpinan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM)
Kantor Cabang Lubuk Sikaping

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**IRVANNY NALURITA**
NIM	:	**3213. 012**
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Semester	:	VIII (Delapan)
Alamat	:	Jln. Nuri 11, No. 12, Kanagarian Tanjung Beringin, Kecamatan Lubuk Sikaping
Lokasi Penelitian	:	PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Lubuk Sikaping
Judul Skripsi	:	***"Strategi Bersaing dalam Memasarkan Pembiayaan Warung Mikro Syariah pada Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Sikaping"***
Waktu	:	13 Juni s/d 29 Juli 2017

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI
Nomor : /In.26/PP.00.9/05/2017

Tentang
Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an. **Irvanny Naluritta** NIM. **3213.012** tanggal 29 Maret 2017, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :
a. Bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. Bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :
1 Undang-undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Strategi Bersaing dalam Memasarkan Pembiayaan Warung Mikro Syariah pada Bank Syariah Mandiri KC. Lubuk Sikaping. "**

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A
Nama	:	**Yuwarman Mansur, SE, MM**
NIP	:	19620311 199303 1002
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina (IV/a) / Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Pembangunan Syariah
Untuk Tugas	:	Pembimbing I

B
Nama	:	**H. Raymond Dantes, Lc, M.Ag**
NIP	:	19760527 200312 1003
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda Tk.I (III/b) / Asisten Ahli
Bidang Keahlian Pokok	:	Fiqh
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Islam I
Untuk Tugas	:	Pembimbing II

Ketiga : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : Mei 2017

Rektor,

RIDHA AHIDA
NIP. 19701205 199403 2003

Tembusan :
1. Masing-masing Pembimbing
2. Mahasiswa yang bersangkutan