ANALISIS STRATEGI SOSIALISASI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MENABUNG

Studi Kasus Di BPRS Sungai Pua Syariah Jorong Tangah Koto Nagari Sungai Pua

SKRIPSI

Diajukan untuk Memen uhi Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah

Disusun oleh:

DAVID KURNIA ILLAHI

NIM. 3318268

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

2022 M / 1443

SURAT PERNYATAAN ORISILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawahini:

Nama/Nim : David Kurnia Illahi /3318.268

Tempat/Tanggallahir : Air Dingin /10 Oktober 1998

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PerbankanSyariah

JudulSkripsi : Analisis Strategi Sosialisasi Dalam Meningkatkan Jumlah Menabung (Studi Kasus BPRS Sungai Pua Syariah)

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) saya dengan judul di atas dalah Benar dan asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia di proses sesuai hukum yang berlaku dan gelar keserjanaan penulis dapat dicabut sampai batas waktu yang telah ditentukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 26 juni 2022

Saya yang menyatakan

David Kurnia Illahi

3318.268

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **David Kurnia Illahi Nim 3318.268** dengan Judul **"Analisis Strategi Sosialisasi Dalam Meningkatkan Jumlah Menabung (Studi Kasus BPRS Sungai Pua Syariah Nagari Sungai Pua) "** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat di setujui untuk diajukan ke siding Munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Mei 2022
Pembimbing

Gusril Basir, SH,M.Hum
Nip.196608171994031005

ABSTRAK

Skripsi ini ditulis oleh: David Kurnia illahi Nim. 3318.268, skripsi ini berjudul: Analisis Strategi Sosialisasi Dalam Meningkatkan Jumlah Menabung (Studi Kasus BPRS Sungai Pua Syariah Jorong Tangah Koto Nagari Sungai pua). Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi atas bimibingan Bapak Gusril Basir, SH,M.HUM.

Latar belakang penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan posisi perusahaan dalam persaingan yang sangat ketat dan untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam upaya meningkatkan jumlah menabung di BPRS Sungai Pua Syariah Nagari Sungai Pua. Metode penilitian yang di gunakan adalah penelitian lapangan *(field research)* yang bersifat deskrptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pihak BPRS Sungai Pua Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam mempertahankan dan meningkatkan di BPRS Sungai Pua Syariah memiliki beberapa strategi sosialisasi yaitu dengan cara menentukan strategi kekuatan sosialisasi dan posisi pasar juga menerapkan bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 4p yaitu produk, harga,tempat,dan promosi dan dari analisis SWOT posisi BPRS Sungai Pua Syariah berada pada posisi (-0,75 dan (-0,25) yang mana perusahaan memiliki kelemahan dan juga ancaman adapun matriks SWOT BPRS Sungai Pua Syariah menghasilkan empat alternatif strategi yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT.

Kata Kunci : Strategi, Sosialisasi, Meningkatkan Jumlah Menabung

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah dan karunia-Nya sehingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang seslalu kita harapkan syafaatnya nanti di yaumul qiamah dan tetap menjadi umatnya kelak. Amin.

Tidak lepas dari pertolongan dan hidayah-Nya peneliti dapat menyusun laporan ini memenuhi tugas akhir Skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Sosialisasi Dalam Meningkatkan Jumlah Menabung"(Studi Kasus BPRS Sungai Pua Syariah Jorong Tangah Koto Nagari Sungai Pua). Penulisan Skripsi ini di maksudkan untuk memenuhi persyaratn pencapaian gelar Sarjana Ekonomi dalam Program S1 Perbankan Syariah Institut Agaman Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Dengan usaha, dorongan, semangat serta motivasi dari berbagai pihak akhirnya Skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik.

Selama penyusunan Skiripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dukungan semangat dan motivasi dari berbagai pihak demi kelancaran penyusunan Skripsi ini. Pada kesempatan kali ini izinkan peulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ayahhanda Ali Darlis yang telah memberikan dukungan moril dan materil dan doa yang tak henti-hentinya kepada Allah SW, serta nasehat- nasehat yang memberikan kekuatan bagi penulis untuk melewati semuanya. Terima kasih juga untuk Ibunda Sri Wahyuni tersayang yang telah memberikan semua kasih sayang

dan kehangatan yang tak ternilai dengan apapun, serta semua kakak dan abang serta adik, Desmita, Eka afriyeni, Virmadoni, Sildarismen,Putri desbiafi yuli, Lusi dan adik Kelvin agusfa finanda yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk terus semangat dan kuat bagi penulis di kala lelah.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan , bimbingan, dukungan semangat motivasi dalam kelancaran pnyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ridha Ahida, M.Hum, Selaku Rektor Agaman Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi
2. Bapak Iiz Izmuddin, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Agaman Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi
3. Ibu Sandra Dewi, SE,MM, selaku ketua jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di Agaman Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
4. Bapak Gusril Basir, SH,M.Hum selaku pembimbing. Terima kasih atas bimbingan dan arahan yang telah di berikan selama penulis menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak Ilham Illahi, M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik (PA) yang telah memberikan arahan, masukan dan nasehat dari awal perkuliahan sampai akhir penyusunan Skripsi ini.

6. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi.
7. Bapak/ibu pegawai perpustaakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak/ibu pimpinan serta karyawan/ti BPRS Sungai Pua Syariah terima kasih bantuan dan kemudahan yang di berikan terutama dalam proses penelitian.
9. Terima kasih kepada sahabatku Rika Yaneti, yang telah banyak memberikan bantuan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih banyak kepada kawan- kawan yang sama-sama berjuang dalam meraih gelar Sarjana terkhusus pada Weri Agustina, Muhammad Rizaldi, Muhakkil, Afdal Meluza, Azmi, Yolanda Stefani dan teman-teman yang tak dapat penulis sebutkan namanya satu-persatu yang sama-sama berjuang dalam penulisan skripsi ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis berdoa dan berharap kepada Allah SWT semoga amal ibadah dan kebaikan kita semua di ridhoi Allah SWT dan bernilai ibadah di depa-Nya.

Penulis menyadari juga penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun dari pemaca demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala

kerendahan hati, penulis sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua. Atas kritik dan saran yang di sampaikan, penulis ucapkan Terima Kasih.

Bukittinggi,28 mei 2022

Penulis,

David Kurnia Illahi

Nim. 3318.268

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

PERSETUJUAAN PEMBIMBING..... ii

PENGESAHAN TIM PENGUJI .....

ABSTRAK iii

KATA PENGANTAR.....iv

DAFTAR ISI.....viii

DAFTAR TABEL xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Batasan Masalah 9

C. Rumusan Masalah 9

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 9

E. Penjelasan Judul 10
F. Kajian Terdahulu 11
G. Sistematika Penulisan 16

BAB II KAJIAN TEORI

A. Pengertian Sosialisasi 17
B. Media dan Tujuan Sosialisasi 18
C. Tahapan-tahapan Sosialisasi 19
D. Sosialisasi Sebagai Suatu Prog ses 22
E. Pengertian Menabung 23
F. Anjuran Menabug Dalam Al-quran dan Hadist 24
G. Manfaat Menabung 26
H. Kendala Menabung 26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 30
B. Lokasi penelitian 30
C. Jenis dan Sumber Data 30
    1. Data Primer 30
    2. Data Sekunder 31
D. Informan Penelitian 31
E. Teknik Pengumpulan Data 31
    1. Observasi 31
    2. Wawancara 32

3. Dokumentasi 32

F. Teknik Analisa Data 33

BAB IV HASIL PENELITIAAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Sungai Pua Syariah..... 38

1. Sejarah Berdirinya BPRS Sungai Pua Syariah 38

2. Visi dan Misi BPRS Sungai Pua Syariah..... 40

3. Motto dan Tujuan BPRS Sungai Pua Syariah 41

4. Profil BPRS Sungai Pua Syariah 42

5. Struktur Organisasi BPRS Sungai Pua Syariah 42

B. Hasil Penelitian 55

1. Gambaran Umum Informan 55

2. Strategi Sosialisasi yang dilakukan BPRS Sungai Pua Syariah 55

3. Analisis SWOT BPRS Sungai Pua Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Menabung .. 60

C. Pembahasan 62

1. Strategi Sosialisasi yang dilakukan BPRS Sungai Pua Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Menabung 62

2. Penerapan Analisis SWOT BPRS Sungai Pua Syariah Dalam Meningkatkan Nasabah..... 66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 77

B. Saran 77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Gambar 1.1 Struktur Organisasi PT BPRS Sungai Pua Syariah 43

Tabel 2.1 Gambaran umum Informasi Penelitian 55

Tabel 2.1 Analisis Swot 60

Tabel 3.1 Internal factor analisis summary 66

Gambar 4.1 Diagram analisis swot 69

Tabel 5.1 Matriks swot..... 70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

PT BPRS Syariah Sungai Pua merupakan bank yang baru mengonvensasikan bentuknya menjadi syari'ah sebelumnya bank ini masih berbasis konvensional. Menurut kepres No.38 tahun 1988 yang di maksud dengan BPR (Bank Pengkreditan Rakyat) adalah jenis Bank yang tercantum dalam ayat (1) pasal 4 UU.No. 14 Tahu 1967 yang meliputi Bank Desa, Bank Pasar, Bank pegawai dan Bank lainya. Status Hukum Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) pertama kali di akui dalam pakto tanggal 27 Oktober 1988 sebagai paket kebijakan keuangan, moneter, dan perbankan. Dalam perkembanganya selanjutnya perkembangan (BPR) yang tumbuh semakin banyak dengan menggunakan prosedur-prosedur Hukum Islam sebagai dasar pelaksanaannya serta di beri nama BPRS Syariah, Sebagaimana disebutkan dalam pasal 13, Usahaa bank Pengkreditan Rakyat. Pasal 13 huruf C berbunyi :Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang di tetapkan oleh BI. Keberadaan BPRS secara khusus di jabarkan

dalam bentuk SK Direksi BI No.32/34/kep/Dir, tanggal 12 mei 1999 Bank umum berdasaran prinsip Syariah.[1]

Perbankan syar'ah pada dasarnya merupakan bagian dari ekonomi Islam dalam bidang kuangan. Dalam istilah Internasional di kenal sebagai Islamic Banking atau disebut juga dengan *interst free* Bangking. Bank syari'ah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respons dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan Islam yang menginginkan agar tersedianya jasa keuangan yang sejalan dengan nilai moral dan prinsip syari'ah Islam.Lembaga-lembaga tersebut berkaitan dengan pelarangan praktek *riba*.Kegiatan *maisir* (spekulasi) dan *gharar* (ketidak jelasan).[2]

Lembaga keuangan adalah sesuatu perusahan yang kegiatanya selalu berkaitan dengan bidang keuangan, apakah kegiatannya hanya menghimpun dana maupun menyalurkan dana atau kedua-keduanya menghimpun dan juga menyalurkan dana. Salah satu fungsi utama dalam lembaga keungan syariah adalah untuk memenuhi berbagai keperluan komersial, investasi dan memberikan pelayanan yang luas kepada nasabah, sebagaimana fungsi lembaga keuangan pada umumnya.

---

[1] Wati Rahmi Ria ,*Konversi Bank Umum onvensional Menjadi Bank umum Syariah Berdasarkan Uu No.10 Tahun 1998*. Hal 272

[2]Rizqi ilahiyyah,*Strategi pemasaran Deposito Dana Mulia IB Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.*(Semarang:Fak.Febi UIN Walisongo Semarang).Hal.1

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga.perbankan yang operasional atau produknya dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW. Dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaranserta peredaran uang yang pengoperasiannya di sesuaikan dengan prinsip syariat Islam.[3]

Salah satu faktor penentu meningkatnya perekonomian suatu Negara adalah berkembannya sector keuangan. Dalam beberapa dekade terjadi berbagai gejolak pada kondisi keuangan, seperti meningkatnya kompleksitas produk dan jasa keuangan, dampak teknologi terhadap produk dan jasa keuangan, meningkatnya akses terhadap kredit dan meluasnya sumber- sumber kredit.Dengan kondisi perekonomian tersebut peran literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat agar bisa menjadi sukses dan kompetitif. Literasi keuangan menjadi semakin kompleks selama beberapa tahun terakhir dengan pengenalan banyak produk keuangan baru.

Dalam rangka untuk memahami resiko dan keuberuntungan yang terkait dengan produk keuangan, tingkat minimum literasi keuangan sudah

---

[3] Redo Vambudy,*Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Melalui Strategi Pemasaran Pada BPRS HaJI miskin Pandai Sikek.*(Padang:Fak,Febi IAIN Batusangkar). hal.1

menjadi suatu keharusan.Individu yang memiliki literasi keuangan yang tinggi dapat mengunakan produk dan jasa keuangan secara efektif sehingga induvidu tersebut tidak mudah ditipu oleh orang- orang yang menjual produk keuangan.[4]

Berdasarkan UU No. 21 tahun 2008 yang dimaksud dengan Bank Pembiayan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank dalam kegiatanya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dalam UU ini juga di atur mengenai kegiatan usaha BPRS yang terdapat dalam Pasal 21: menghimpun dan dari masyarakat meliputi (simpanan berupa tabungan atau yang di persamakan dengan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah investasi berupa deposito atau tabungan maupun dalam bentuk lainya yang di persamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah*a atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah).[5]

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) memiliki tugas pokok penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan sekaligus memberikan bantuan dana kepada masyarakat yang kekurangan dana dalam

---

[4] Fega Lianda Putri,*Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di BPRS muamalat Harkat Sukaraja*,(Bengkulu:Fak,Febi IAIN Bengkulu).Hal.1-2

[5] Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 Tenang perbankan Syari'ah Pasal 21

bentuk pembiayaan untuk melanjutkan usaha berdasarkan prinsip syariah yang menghindari dari praktek-praktek riba. Sebagaimana di jelaskan dalam Al-Qur'an surat Albaqarah ayat 275: 2.[6]

Yang menjelaskan tentang ganjaran bagi orang-orang yang memakan riba dan menjelaskan bahwa allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba danbarang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.

Dari hasil observai awal yang dilakukan dengan wawancara pada salah wakil Direktur BPRS sungai pua yang bernama Rio Hendriadi, beliau memberikan pernyataan sebelumnya BPRS sungai pua masih berbasis konvensional namun belum berbasis syari'ah, ini di resmikan pada tanggal 6 juli 2021 peresmian ini di hadiri Dewan Pengawas Syari'ah Sumbar, Ketua MUI Agam, M Taufiq Sikumbang komisari Utama BPRS Sungai Pua, Kabag Kesra setdakab Agam, BPRS mengkonverensikan bank ini cukup lama baru menyatakan sikap pada tanggal 6 juli 2021,di karnakan promosi yang belum maksimal, kurangnya jumlah Nasabah,BPRS sungai pua baru berbasis syari'ah di tambah lagi minimnya pengetahuan masyarakat tentang produk yang di tawarkan ini menjadi permasalahan

[6] Ob.cit. hal 1-2

yang cukup serius, sedangkan produk unggulan yang di tawarkan BPRS sungsi pua yaitu Pembiayaan Tabungan Emas[7]

Perkembangan perbankan syari'ah di Indonesia sudah sangat signifikan melihat peningkatan peminat yang semakin bertambah dari tahun ke tahun.Hal ini jelas sangat berdampak baik serta harus tetap dipertahankan terlebih harus banyak melakukan sosialisasi agar masyarakat mengetahui dengan jelas bagaimana keunggulan yang ada pada sistem perbankan syari'ah.Banyak masyarakat yang belum menggerti bagaimana konsep kerja pada produk pada perbankan khususnya pada produk tabungan.Makah hal terpenting yang baik dilakukan oleh bank adalah mengenalkan serta mengingatnya, hal ini karena produk yang di tawarkan. Untuk itu suatu perusahaan perbankan syari'ah harus menyusun konsep yang strategis yang dapat bertahan terhadap persaingan dengan produk-produk lain yang di tawarkan.Strategi merupakan proses penetapan misi, visi dan tujuan Organisasi atau perusahaan, serta pengembangan kebijakan dan program pelaksanaan untuk mencapainya.

Agar masyarakat mengetahui produk apa saja yang ada pada BRRS sungai pua maka BPRS harus melakukan strategi pemasaran, salah satu cara yang bisa dilakukan BPRS sungai pua harus mempromosikan produk yang ada pada BPRS tersebut dengan mempromosikan seluas mungkin pada

[7]Rio Hendriadi,*Berdasarakan Hasil Wawancara yang dilakukan dengan bapak*

masyarakat maupun nasabah. Prommosi merupakan salah satu strategi yang paling akurat yang bisa di lakukan baik secara produk, harga maupun lokasi.Strategi promosi yang bisa dilakukan secara lansung maupun secara tidak lansung, ditambah lagi perkembangan dunia digital yang semakin pesat ini juga bisa dilakukan untuk media promosi secara online. Salah satu tujuan dari promosi produk yaitu menginformasikan kepada nasabah maupun calon nasabah yang baru agar mereka semakin terarik dengan produk yang dit tawarkan.

Supaya nasabah tertarik dengan produk yang di tawarkan yaitu strategi adalah langkah awal yang bisa di lakukan . Strategi merupakan proses penetapan misi, visi dan tujuan Organisasi atau perusahaan, serta pengembangan kebijakan dan program pelaksanaan untuk mencapainya. Strategi sebenarnya merupakan pemilihan yang dilakukan, sebagai upaya untuk mencapai suatu atau beberapa tujuan yang telah ditetapkan.Keputusan strategi merupakan keputusan yang berkenaan dengan pengembangan organisasi perusahaan jangka panjang, dalam rangka peningkatan kompetensi yang nyata berbeda dari organisasi perusaan tersebut.Strategi perusaan merupakan konsep keputusan yang berorientasi, terpusat dan terintregrasi, serta juga berorientasi pada eksternal yang menekankan bagaimana organisasi menjalankan aktivitas bisnisnya untuk mencapai tujuan.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya.Oleh karena itu, di perlukan suatu strategi pemasaran dalam usaha untuk meningkatkan produk yang berkualitas dengan mengukur kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk dan layanan pada pelanggan.Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai.Artinya nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut, seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.Untuk mencapai sasaran tersebut maka setiap bank harus memulai melakukan perencanaan pemasaran secara baik. Untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah, maka bank perumelakukan riset pemasaran dan memiliki sistem informasi pemasaran yang baik. Dengan demikian bank dapat menciptakan produk yang di inginkan dan di butuhkan nasabah.[8]

Untuk menganalisis posisi perusahaan dalam persaingan yang sangat ketat maka strategi yang di gunakan dalam meningkatkan jumlah menabung di PT BPRS Sungai Pua Syariah, yaitu menggnakan strategi SWOT dimaksudkan untuk memperjelas semua kekuatan dan kelemahan yang terdapat di PT BPRS Sungai Pua Syariah yang dapat di identifikasi

[8] Kasmir, *Manajemen perbangkan* (Jakarta:Pt Raja Grafindo Persada,2006).Hal 164-169

guna memberikan suatu rekomendasi pengembangan berdasarkan potens-potensi yang tersedia di dalam lingkungan internal perusahaan, dan menganalisa peluang serta ancaman yang berasal dari luar lingkunagan eksteral perusahaan, dimana tujuan utama pengamatan lingkungan eksternal adalah untuk melihat peluang baru untuk perusahaan dapat beroperasi secara menuntungkan dan melihat ancaman lingkungan eksternal terhadap perkembangan yang kurang menguntungkan yang akan mengurangi penjualan dan laba.[9]

Adapun alasan penulis tertarik melakukan penelitian yaitu mengapa produk yang ada di BPRS sungai pua belum di kenal betul oleh masyarakat dan baru sebagian dari pedagang- pedagang kecil yang baru menggunakan produk BPRS sungai pua ini dikarnakan BPRS sungai pua yang baru berbasis syari'ah, maka sangat di perlukan sekali melalkukan sosialisasi.

Berdasarkan lata belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "**ANALISIS STRATEGI SOSIALISASI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MENABUNG (Studi Kasus BPRS Sungai Pua)**

B. Identifikasi Masalah

[9] Fani Firmansyah, *Analisis Swot dalam penentuan strategi pemasaran produk pembiayaan pada PT.PANIN Bank Syariah* (Malang) Hal 5

Berdasarkan permasalahan di kemukakan di atas, maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya jumlah nasabah di PT BPRS Sungai Pua Syariah.
2. Promosi yang belum maksimal di PT BPRS Sungai Pua Syariah.
3. Perkembangan BPRS yang lambat.

C. Batasan Masalah

Supaya permasalahan dalam penelitian ini tidak simpang siur, maka penulis membatasi permasalahan pada Analisis strategi sosialisasi dalam meningkatkan minat menabung di BPRS sungai pua syariah.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan salah satu pokok yang cukup penting dalam kegiatan penelitian sehingga penulis perlu untuk membuat rumusan masalah yang akan diteliti dan di cari jawabannya. Penulis dalam penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi sosialisasi dalam meningkatkan jumlah menabung di PT BPRS sungai pua jorong tangah nagari sungai pua ?
2. Bagaimana penerapan Analisis SWOT BPRS Sungai Pua Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah.

E. Tujuan Dan Manfaat penelitian

1. Tujuan

Tujuan dalam pelaksanaan pelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi sosialisasi dalam meningkatkan minat menabung di BPRS sungai pua syariah dan apakahhambatan yang di alami BPRS sungai pua dalam melakukan sosialisasi.

2. Manfaat penelitian

   a. Secara teori

      penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan ilmu yang bermanfaat bagi pembaca dan PT. BPRS sungai pua serta bagi akademik, terutama Fakultas FEBI di IAIN Bukittinggi.

   b. Secara praktis

      Hasil penelitian ini dapat menjadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi PT. BPRS sungai pua dalam meningkatkan efetifitas kerja dan dalam melakukan sosialisasi produk dalam menambah minat nasabah.

F. Penjelasan judul

1. Analisis

   Suatu kebijakan biasanya mencakup peraturan, atau menentukan cara bertindak sehingga bisa menjadi acuan bagi banyak kasus. Dalam suatu kebijakan, program pilihan secara signifikan dapat mempengaruhi banyak orang.Jika pilihan itu dilakukan oleh pemerintah, maka piliham

itu disebut sebagai pilihan "publik".Jika pilihan itu dilakukan oleh swasta atau individu yang memiliki pngaruh, maka hal ini juga masih dapat mempengaruhi banyak orang. Intinya bahwa dalam sebagai catatan analisis kebijakan lebih memperhatikan kehidupan sesama manusia.[10]

2. Strategi

   Menurut sejarah manajemen, strastegi di ciptakan oleh bangsa Yunani, Inti dari strategi adalah memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif untuk mencapai kemenangan dalam suatu pertempuran.[11]

3. Sosialisasi

   Sosialisasi adalah salah satu saraa yang mempengaruhi kepribadian seseorang. Sosialisasi biasa di sebut sebagai teori mengenai peranan*(role theory).*Karna dalam proses sosialisasi di ajarkan peran- peran yang harus di jalankn individu.[12]

4. Meningkatkan

   Menurut kamus KBBI meningkatkan berasal dari kata tingkat, Meningkatkan adalah sebuah homonim karna artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Meningkatkan memiliki

---

[10]Dr.Maulana,S,Sy.M.M,Dr.S.Rosmayati,SST.MM,*Pengantar Analisis Kebijakan Publik*,(Bandung: Guepedia 2020).hal 15-16

[11]Dr. Jim Hoy Yam,SE,MBA,*Manajemen Strategi*,(Jakarta:CV Nas Media Pustaka2020).hal 1-2

[12] Alim Murtani, *Sosialisasi Gerakan Menabung*,(Tanjung medan: Fak.Ekonomi Bisnis,Universitas Potensi Utama 2019).hal.1

arti dalam kelas verba atau kata kerja sehingga meningkatkan dapat menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya, jadi meningkatkan adalah menaikan (derajat, taraf, dan sebagainya).

5. Jumlah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia2007 :744 adalah banyaknya bilangan atau sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu (nomina)[13]

6. Menabung

Menabung adalah pembelajaran yang efektif dalam berhemat, berencana dan sekaligus Menabung berarti menysihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu. Menabung merupakan kegiatan yang tidak boleh kita merupakan kegiatan yang positif. Dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang lebih hemat dan tentu juga kita bisa menjadi pribadi yang lebih hemat dan tentu juga kita dapa belajar mengatur kruangan. Tujuan menabung membiasakan diri hidup dengan kebutuhan dan memenuhi kebutuhan dalam jumlah besar di kemudian hari.[14]

---

[13] Muh Wiyadi,*Makna Adverbia penanda aspek sangkalan, dan jumlah pada teks terjemahan al quran* (Surakarta, universitas muhammadiyah).Hal 26

[14] Alim Murtani,*Sosisialisasi gerakan menabung* (Medan.Fak.Febi.Universitas poensi utama:2019).Hal. 280

Maksud dari judul ini adalah sebagai kerangka awal dalam menjelakan secara rinci guna menghindari kesalah pahaman dalam memaknai arti dan makna, maka peneliti akan memaparkan beberapa pengertian dari skripsi ini. Skripsi ini berjudul ANALISIS STRATEGI SOSIALISASI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MENABUNG (Studi kasus di PT BPRS Sungai Pua Jorong Tangah Koto Nagari Sungai Pua Syariah).

G. Kajian Terdahulu

Adapun kajian terdahulu yang peneliti gunakan untuk menjadi gambaran dan pedoman dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Skripsi Hatma 2019,"Implementasi Sosialisai Progam Tudang Sipulung Pada Tahun 2014 Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Kecamatan Belopa Memanfaatkan Produk Jasa Bank BNI Syariah kcp Belopa"

   Berdasarkan hasil penelitian di bank BNI Syariah KCP Belopa dalam meningkatkan minat masyarakat dalam memanfaatkan perbankan syariah.Strategi sosialisasi tudang sipulung sebelumya telah dilakukan oleh pihak Bank BNI Syariah KCP Belopa yaitu pada tahun 2014.Strategi sosialisasi tundang sipulung bisa dikatakan cukup efektif dalam menarik minat masyarakat dalam memanfaatkan perbankan syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari data nasabah Bank BNI Syariah KCP Belopa pada tahun 2015.Namun dikarenakan tidak adanya perintah dari pusat bank BNI Syariah KCP Belopa berhenti melakukan sosialisasi

tudang sipulung dikarenakan pihak Bank BNI Syariah KCP Belopa hanya bisa melakukan sosialisasi tudang sipulung apabila hanya ada pemberitahuan dari pusat Bank BNI Syariah. Adapun respon masyarakat terhadap bank BNI Syariah KCP belopa yang dulunya tidak tau tentang bank BNI Syariah, sesudah mengikuti program sosialisasi tudang sipulung yang dilaksanakan oleh pihak bank BNI Syariah KCP Belopa masyarakat sudh mengetahui tentang produk dan jasa bank syariah sehingga mereka tertarik untuk bertransaksi di bank BNI Syariah KCP Belopa.

2. Maulida Dewi Az-zahra :2019," Strategi PT.BPRS Asad Sukorejo Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Mengambil Produk Haji"

   Berdasarkan hasil penelitian Faktor yang mempengaruhi BPRS Asad Alif sukorejo melakukan strategi pemasaran yaitu untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk tabungan haji BPRS Asad Alif Sukorejo, BPRS Asad Alif Sukorejo menilai keinginan masyarakat untuk beribadah haji sangat tinggi namun masyarakat minim wawasan, sehingga strategi dari BPRS diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi salah satu wadah masyarkat yang ingin menunaikan ibadah haji, selain banyaknya para pesaing, baik dari kalangan bank BMT, maupun biro perjalanan. BPRS Asad Alif Sukorejo ingin memberikan produk dengan syarat dan ketentuan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.Agar meningkatkan minat serta mempertahankan nasabah.

3. NovaYantiMaleha : 2019, “Sosialisasi Pemasaran Dan Komunikasi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung D BMT”

   Pelaksananaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan tema “Sosialisasi pemasaran Dan komunikasi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BMT”.Motivasi masyarakat muslim atau mahasiswa/I untuk terlibat dalam aktivtas berinvestasi di BMT harus terus ditingkatkan. Tingkat efektivitas keterlibatan masyarakat muslim dalam BMT tergantung pada sikap dan pola pikir masyarakat muslim itu sendiri. Dan untuk mengubah sikap dam pola pikir masyarakat ini diperlukan waktu yang panjang di sertai upaya-upaya yang lebih terstruktur dan bersinambungan.secara umum kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil dengan tercapainya iuran diharapkan. Luaran tersebut berupa pemasaran dan komunikasi terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT yang di buat oleh peserta pelatihan. Hasil evauasi dari kegiatan workshop menunjukan bahwa mahasiswa/I peserta workshop telah memahami sekilas bagaimana cara berinvestasi dan menabung BMT.

4. Alim Murtani: 2019 “Sosialisasi Gerakan Menabung, Pada hasil penelitian yang telah dilaksanakan

   Perlu adanya sosialisasi dan motivasi yang berkelanjutan guna meningkatkan pengetahuan dan minat siswa untuk menabung. Kebanyakan siswa masih bergantung kepada orang tuanya untuk

pembiayaan sekolah tanpa mempersiapkan biaya dalam bentuk tabungan.

H. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN, Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, Pada bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan sabagai landasan atau dasar dari penulisan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, Pada bab ini menjelaskan mengenai metode yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data maupun metode untuk merancang sistem yang dilakukan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, Pada bab ini akan menguraikan hasil dan pembahsan penelitian, menguraikan gambaran umum tentang PT. BPRS Sungai PuaSyariah dan bagaimana Analisis strantegi sosialisasi yang dilakukan oleh PT. BPRS Sungai Pua dalam menambah minat menabung di pada bank tersebut.

BAB V PENUTUP, Pada bab ini menguraikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi dapat di defenisikan sebagai suatu proses sosial yang dilakukan oleh seseorang dalam menghayati (mendarah dagingkan) norma-norma kelompok tempat ia hidup sehingga menjadi bagian dari kelompoknya. Proses sosialisasi biasanya disertai dengan *enkulturasi* (proses pembudayaan), yakni mempepelajari kebudayaan yang dimiliki oleh kelompok, seperti mempelajari adat istiada, bahasa, kesenian,kepercayaan,sistem, dan kemasyarakatan. Proses sosisialisasi enkulturasi ini dilakukan secara turun temurun dari suatu generasi ke generasi selanjutnya melalui tahapan-tahapan tertentu, yang semakin hari semakin meluas sifatnya berawal dari keluarga,kemudian meluas ke teman sepermainan, sekolah,lingkungan kerja, dan seterusnya.

Proses sosialisasi dan enkulturasi yang di alami oleh seseorang mempunyai peranan yang sangat penting karena sangat membantu dalam pembentukan kepribadian. Kepribadian yang dimiiki oleh seseorang merupakan panduan dari unsur biolgis,psikologis, dan sosiologis. Unsur bilogis dapat mempengaruhi pembentukan kepribadian secara langsung, misalnya orang yang mempunyai kekuangan dalam segi fisika menjadi rendah diri. Unsur psikologis yang dapat mempengaruhi pembentukan

kepribadian, mislnya emosi, tempramen,motivasi keinginan, dan kemampuan.[15]

B. Media dan tujuan sosialisasi

Proses sosialisasi akan dilalui manusia sepanjang hidupnya, tidak terkecuali para pemuda akan terus-menerus menghadapi proses sosialisasi ini. Sosialisasi dapat dilakukan melalui beberapa sarana (media). Media yang biasa dipakai untuk sosialisasi adalah sebagai berikut:

1. Keluarga. Orang pertama yang mengajarkan hal-hal yang berguna bagi perkembangan dan kemajuan hidup manusia adalah anggota keluaraga dalam sosialisasi.
2. Teman sepermainan dan sekolah. ketikan anak berhubungan dengan nilai-nilai yang bertentangan dengan nilai-nilaik yang dimiliki keluarga, ini merupakan sosialisasi kedua yang terjadi disekolah, anatar kelompok –kelompok sebaya, dan teman sepermainan. Disini anak mulai mengenal harga diri, citra diri, dan hasrat pribadi. Kidah-kaidah keihidupan seperti ini ditempat kuliah atau perguruan tinggi. Disinilah, mereka akan menemukan nilai dan kaidah lain yang akan diperoleh selain disekolah.

[15] Dr,Rahmadani Wahyu,*Ilmu Sosial Dasar*(Bandung,cv,pustaka setia:2017) hal.99

3. Lingkungan kerja. Lingkungan kerja merupakan prose sosialisasi lanjutan. Di tempat kerja itulah, seseorang mulai berorganisasi secara nyata dalam suatu sistem. Kemudian, ia menyadari bahwa dirinya merupakan bagian dari sistem tersebut. Banyak hal yang peru dipelajari, sepeti bagaimana pekerjaan diselesaikan, bagaimana berhubungan dengan bagian-baggian lain dalam berorganisasi, dan bagaimana melakukan adaptasi dengan sesama rekan kerjanya.
4. Media masa. Media masa dikatakan sebagai sarana dalam proses sosialisasi karena media ini banyak memberikan informasi yang dapat menambah wawasan tenang keberadaan manusia dan permasalahan yang ada disekitarnya.

C. Tahapan- tahapan sosialisasi

Menurut tahapanya, sosialisasi dapat dilakukan dengan dua tahapan, yaitu sebagai berikut.

1. Sosialisasi Primer, yaitu sosialisasi yang pertama dijalankan individu masyarakat. Sosialisasi primer membentuk kepribadian anak kedalam dunia umum. Dalam hal ini keluargalah yang berperan sebagai agen sosialisasi.
2. Sosialisasi Sekunder, yaitu suatu roses yang dialami yang telah disosialisasikan kedalam sektor baru dari dunia objektif masyarakatnya. Dalam tahapan ini, individu diarahkan untuk lebih bersikap

professional. Lembaga pendidikan, atau lembaga-lembaga dari luar keluarga adalah agen sosialisasi sekunder.

Dalam masyarakat yang homogeny, proses sosialisasi dapat berjalan dengan serasi menurut pola yang sama, karna nilai-nilai yang ditransmisikan dalam proses sosialisasi itu sama.Adapun dalam masyarakat heterogen yang banyak bersaing dengan nilai-nilai yang ada dalam suatu kelompok, proses sosialisasi sangat berbeda. Situasinya sama ketika proses sosialisasi dilakukan pada sosialisasi sekunde, yang hanya menuntut peran agen sosialisasi tunggal,sedangkan dalam sosialisasi sekunder, agen sosialisasi sangat banyk dan membuat pertarungan nilai-nilai yang tersisialisasi dalam diri seseorang.

Dalam kondisi demikian, seseorang dapat mengalami proses *desosialisasi*, yaitu proses pencabutan diri yang dimiliki seseorang yang kemudian disusul sikap *resosialisasi*, yaitu diberikan suatu diri yang baru yang tidak hanya berbeda, tetapi tidak sepadan.

Sosialisasi bagi manusia akan terus berlangsung selama ia hidup. Mulai ia dilahirkan, sampai meninggalkan dunia. Proses dan bentuk sosiaisasi sangatlah berbeda dan bergantung pada masa seseorang itu berbeda. Setidaknya, siklus kehidupan manusia itu ditentukan oleh beberapa masa yaitu masa kanak-kanak, masa remaja, masa dewasa, dan masa tua menuju kematian.

1. Sosialisasi pada kanak- kanak

Orang tua memiliki kewajiban mengajarkan kepada anak- anaknya tentang segala hal.kewajiban ini merupakan bentuk peran orang tua dalam bersosialsasi. Proses sosialisasi pada tahap ini digambarkan melalui konsep A-G-I-L yang di perkenankan oleh Talcott Parsons dalam menganalisis tindakan sosial.

Pada masa adaptasi (*adaptation*), anak mulai mengadakan penyesuaian diri dengan lingkunagannya.Reaksi yang dilakukanya tidak hanya datang dari dalam dirinya, tetapi juga datang dari luar.ketikaPada masa inilah, peran orang tua sangat penting karena anak akan sangat terbantu pada masa ini. Pada masa tercapainya tujuan, seorang anak bertindak dengan tujuan-tujuan tertentu dan lebi terarah. Pada fase integrasi, perbuatan seorang anak sudah lebih mendalam, yaitu setiap tindakan yang dilakukannya sudah menjadi bagian dari hidupnya. Pada fase laten terlihat bahwa perbuatan seorang anak banyak di dasarkan atas respon orang lain di luar dirinya. Di sini anak belum mampu merumuskan sesuatu yang dia lakukan karna pengenalamn terhadap dirinya belum jelas.

2. Sosialisasi pada masa remaja/pemuda

Pada masa ini, seorang sedang berada pada masa transisi, masa ketika ia sedang meninggalkan masa kanak-kanak dan memasuki usia remaja. Pada masa ini disebut sebagai *reverse socialization,* orang yang lebih muda dapat menggunakan pengaruh mereka kepada orang yang lebi tua. Dengan kata lain, *reverse socialization* berarti oran yang

seharusnya disosilisasikan. Proses ini terjadi pada mayarakat yang mengalami perubahan cepat.Agen sosialisasi pada masa remaja bukan lagi orang tua, melainkan teman sebaya, kelompok sepermainan, dan mungkin juga alawan jenisnya.

3. Sosialisasi pada masa dewasa

   Proses sosialisasi dialami oleh orang dewasa saat mereka mendapatkan peran yang baru. Bagi orang dewasa, peran baru itu dapat berupa pendapatan pekerjaan, menikah,dan memiliki anak.

4. Sosialisasi pada masa tua

   Orang lanjut usia sama seperti orang remaja yang mengalami transisi, yaitu dari orang tua yang produktif ke menuju kematian. Pada masa ini, ia juga banyak bergantung dengan yang lain. Ia juga seperti anak-anak yang secara fisik tergantung dengan anak atau saudara-saudaranya.

   Proses sosialisasi bagi mereka dilakukan secara bertahap. Pada masa usia 60 tahu n, seorang sudah menyadari agar ia mengurangi beban pekerjaanya. Mereka kemudian menerima bahwa waktu luang merupakan kegiatan pengganti dari mereka bekerja.[16]

D. Sosialisasi sebagai suatu proses

Pada awalnya manusia tidak mengetahui segala hal, kemudian ia belajar memahami nilai-nilai yang ada dalam kelompoknya. Untuk

[16]Ibid .hal122-125

menjadi anggota yang dapat diterima dilingkungan kelompoknya, diperlukan suatu kemampuan untuk menilai perilaku secara objektif dalam pandangan orang lain. Apabila sudah sampai pada tingkat tersebut sebagai *self* (diri).self terbentuk dan berkembang melalui proses sosialisasi dengan cara berinteraksi dengan orang lain. Salah satu tanda orang yang memiliki self adalah seorang yang memiliki kemampuan sebagai subjek dan objek sekaligus.

Charles Horton Cooley sebagaimana dikutif oleh Horton And Hunt memperkenalkan konsep "looking glass self", yaitu dalam benak individu terjadi suatu proses yang ditandai dengan tiga tahap, yaitu:

1. Presepsi, dalam tahap ini seseorang membayangkan bagaimana orang lain melihatnya .
2. Interpretasi dan defenisi, dalam hal ini, seseorang membayangkan bagaimana orang lain menilai penampilannya.
3. Respons, berdasarkan persepsi dan interpretasi inividu tersebut kemudian menyusun respon.[17]

E. Pengertian menabung

Menabung adalah pembelajaran yang efektif dalam berhemat, berencana dan sekigus menabung berarti menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu, menabung harus dibiasakan dari dini.Menabung merupakan kegiatan yang sangat positif.

[17] Ibid, Hal.128

Dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang lebih hemat dan tentu juga kita dapat belajar mengatur keuangan.

Tujuan menabung membiasakan diri hidup hemat.Hidup hemat berarti tidak boros.pengeluaran disesuaikan dengan kebutuhan dan memenuhi kebutuhan dalam jumlah besar di kemudian hari. Selain itu, mengajarkan menabung sejak usia dini merupakan kegiatan yang memiliki manfaat yaitu anak terbiasa mengelola uang pribadi, memiliki perncanaan keuangan, menhargai uang belajar disiplin dan membuat kebanggaan.

F. Anjuran menabung dalam Al-qur'an dan Al-hadist

Dalam ajaran islam konsep menabung in dapat dicemrati dari ayat Al-qur'an dan hadist yang baik secara tersurat maupun tersirat menganjurkan menabung .

1. QS. Al Isra (17) ayat 29

   "*Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (pelit) dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya (boros) karna itu kamu menjadi tercela dan menyesal"* Pemahaman bahwa ayat ini secara tersurat menganjurkan untuk bersikap tidak pelit yang menyebabkan seorang menjadi tercela karna kepelitanya dan anjuran untuk tidak boros yang menyebabkan seseorang menjadi menyesal karna keborosanya tersebut. Fokus pada tidak boros mempunyai pengertian sederhana sebagai anjuran untuk menyisihkan sebagian harta untuk dihgunakan bagi keperluan masa depan (Menabung).

2. QS. Al Isra (17) ayat 27

   "sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat inkar pada tuhanya" Ayat ini mwnguatkan ayat di atas, bahwa boros adalah suatu perbuatan yang sangat dilarang dengan menyamakan para pemboros sebagai saaudara setan. Mengikuti bisikan setan saja dilarang, apalagi menjadi saudara (sekutu) setan.

3. QS. Al- Furqan (25) ayat 67

   "*Dan orang- orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah(pembelajaran itu) di* mempunyai pengertian yang sama dengan redaksi yang berbeda QS. Al –Isra (17) ayat 29 di atas.

4. Hadist Riwayat Bukhari :

   *"…Rasulullah saw pernah membeli kurma dari Bani Nadhir dan menyimpanya untuk pembekalan setahun buat keluarga.."*Hadist ini secara tersurat bahwa Nabi Muhammad saw pernah melakukan menabung.

5. Hadist Riwayat Bukhari

   "*Simpanlah sebagian dari harta kamu untul kebaikan masa depan kamu, karna itu jauh lebih baik bagimu"* Hadist ini menguatkan hadist

nomor empat di atas dengan secara tegas Nabi Muhammad saw menganjurkan menabung.

G. Manfaat menabung

Banyak sekali manfaat menabung antara lain:

1. Menghindarkan kita dari sifat boros
2. Uang tabungan bisa digunakan untuk hal-hal yang tak terduga
3. Menghindarkan kita dari berhutang
4. Melatih kita untuk lebih bijak dalam menggunakan uang
5. Persiapan hari tua
6. Perencanaan pendidikan anak lebih baik
7. Dapat digunakan sebagai modal usaha demi masa depan

H. Kendala menabung

Ada beberapa kendala masyarakat Indonesia kurang suka menabung diantaranya:

1. Ketidak sadaran masyarakat tentang bahaya jika tidak menabung.

   Sebuah survey dari survey Citigroup (2009) menunjukan sebagian besar masyarakat Indonesia tidak biasa menabung. Survey tersebut mengambil sampel 400 responden tersebut kurang dari 47 persenya yang menyisihkan pendapatanya untuk di tabung, dari responden yang menabung pun ketika di Tanya seandainya mereka di PHK dari tempat kerjanya maka tabungan mereka hanya cukup untuk hidup empat

minggu saja. Kecilnya tabungan mereka disebabkan lebih banyak banyak mereka kurang rajin dan kurang disiplin dalam menyisihkan pendapatanya untuk di tabung. Impikasi dari hal ini adalah kampanye untuk gerakan menabung mestinya tidak hanya mengkampanyekan atau mengenalkan produk tabungan tetapi juga kampanye manfaat menabung untuk masa depan atau bisa juga sebaliknya yaitu bahayanya tidak menabung.

2. Kecilnya pendapatan

   Secara sederhana tabungan adalah pendapatan di kurangi pengeluaran.Maka jika pendapatan hanya cukup untuk menutup pengeluaran tidak ada lagi sisa pendapatan untuk di tabung.Seperti di ketahui, jumlah penduduk miskin di Indonesia masih besar. Pada tahun 2009 jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 32,5 juta jiwa. Sedangkan pada tahun 2010 ini ada banyak perkiraan. Pemerintah memperkirakan jumlah penduduk miskin akan turun menjadi sekitar 30 juta orang. Sementara menurut agus Eko Nugroho (peneliti pada pusat penelitian Ekonomi LIPI) justru memperkirakan jumlah orang miskin di tahun 2010 justru mengalami peningkatan 3,7 juta orang atau naik 200.000 dibandingkan tahun 2009. Maka jika ingin jumlah penabung dan tabungan di Indonesia bertambah sebagai salah satu sumber pembiayaan pembangunan, kemiskinan harus di atasi. Terdengar kabar bahwa pemerintah akan mengajukan RUU penanggulangan kemiskinan ke DPR sebagai upaya untuk mempercepat dan mengefektifkan

kebijakan penanggulangan kemiskinan. Langkah ini perlu di dukung supaya jumlah orang miskin di Indonesia kian cepat berkurang dan dengan demikian jumlah tabungan serta penabung kian banyak.

3. Adanya sikap boros dari masyarakat Indonesia yang sebenarnya mampu untuk menabung.
4. Dalam ilmu ekonomi makro dikenal adanya angka atau koefisien yang disebut kecendrungan mengkonsumsi marjinal (marginal propensity to Consume atau MPC). Anka atau koefisien ini menujukan berapa persen tambahan pengeluaran konsumsi masyarakat sebagai akibat pertambahan pegendapatan masyarakat. Semakin besar angkanya menunjukan semakin besar konsumtif masyarakat. Penelitian Ekonomi Institut Bisnis Indonesia (LPE-IBI) dengan data 1971-1977 menunjukan angka MPC untuk Indonesia adalah 0,77 artinya jika pendapatan masyarakat naik 100 persen maka pengeluaran konsumsi masyarakat akan naik 77 persen. Memang bisa saja MPC yang tinggi itu disebabkan karna kenaikan pendapatan memang hanya cukup untuk menutup pengeluaran konsumsi tetapi kemungkinan lain adalah memang masyarakat kita adalah masyarakat konsumtif atau boros. Perilaku boros ini tampaknya sengaja diciptakan oleh para kapitalis di Negara- Negara maju lewat iklan. Lewat iklan yang sangat intensif masyarakat di bius untuk membeli barang bukan karna kebutuhan tetapi karna gensi. Untuk mengatasi kendala ini mau tidak mau kembali pada pribadi masing-masing .

5. Budaya masyarakat Indonesia yang bererioentasi masa lalu dan punya mentalitas suka menerabas.

   Menurut Koentjaraningrat, salah satu cirri masyarakat di Negara sedang berkembang termasuk Indonesia adalah berorientasi pada masa lalu bukan pada masa depan. Perilaku gemar menabung sebenarnya adalah perilaku untuk melihat kemasa depan. Ciri lain dari masyarakat Negara sedang berkembang termasuk Indonesia menurut koentjarangrat adalah mentalitas suka menerabas. Artinya untuk mencapai sesuatu orang ingin mencari dengan cara yang tidak ingin menarabas. Maka sebenarnya gerakan untuk membuat orang suka menabung bukan semata-mata teknis ekonomi se,ata tetapi harus juga merupakan gerakan budaya dan oleh karna itu diperlukan rekayasa kebudayaan pula.[18]

[18] Alim Murtani, *Sosialisasi Gerakan Menabung* (Jurnal.Fak.Ekonomi Bisis,Universitas Potensi Utama:2019) hal 280-281

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, yang mengambil data langsung dari tempat penelitian. Sedangkan sifat penelitian ini adalah observasional *research* dengan cara survey, artinya peneliti mengumpulkan data langsung ke lokasi penelitian, dengan menggunakan alat pengumpul data berupa wawancara dan berdialog dengan objek penelitian, dalam analisis strategi sosialisasi produk dalam menambah minat menabung di BPRS sungai pua syaria'ah

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sungai Pua yaitu PT BPRS Sungai PuaSyariah. Beralamat di Jl. Raya Sungai Pua No.6 Kampuang Gobah Tangah Koto, Nagari Sungai Pua, Kecamatan Sungai Pua, Kabupaten Agam.

C. Jenis dan sumber data

Sumber data penelitian yang dilakukan menggunakan dua jenis data yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui observasi, wawancara melalui responden dan wawancara yang tidak terstuktur.penulis melakukan observasi dan wawancara langsung dengan responden yang tersangkut dalam pembahasan penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari wawancara dan web resmi yang tersangkut dalam penelitian ini.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data-data yang mendukung atas permasalahan yang dibahas seperti data-data yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.Data diperoleh dari literature untuk melengkapi data primer berupa buku dan web resmi yang berhubungan dengan permsalahan yang dibahas.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian ini di pilih secara *purposive sampling* atau berdasarkan kriteria yang di tentukan peneliti. Kriteriamya yaitu informan yang memahami tentang Strategi Sosialisasi pada BPRS Sungai Pua Syariah yaitu para *senior* legal dan *staff funding*.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan secara langsung maupun tidak langsung terhadap gejala-gejala subjek yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis melakukkan pengamatan secara langsung tentang pembahasan yang akan diteliti.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, dimana penulis mndapatkan keterangan secara lisan dari responden.Penulis melakukan wawancara kepada pihak. Wawancara (interview) dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab terhadap kedua belah pihak, yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Menurut Rianto adi,[19] wawancara dilakukan dengan jalan komunikasi yakni dengan melalui kontak atau hubungan pribadi antara pewancara (pengumpul data) dengan responden (sumber data) baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara semi terstruktur (semi structured interview) dengan mengunakan pedoman wawancara (interview's

[19]Rianto Adi, 2004, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Granit, Jakarta, hlm. 72

guidance) untuk menggali sebanyak-banyaknya informasi yang diperoleh dari para responden.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penlitian.Dokumnetasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan obyek penelitian.

F. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT yang dengan pendekatan kualitatif. Analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari empat kata yaitu, *Strength,weaknesses, opportunities dan threats.* Analisis SOWT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan *(strength)* kelemahan *weaknesses)* peluang *(opportunities)* dan ancaman *(threats)* dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutbahwa analisis SWOT merupakan salah satu instrument perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strateg, Analisis SWOT juga merupakan suatu Instrumen pengidentifikasi berbagai faktor

yang terbentuk secara sistematis yang di gunakan untuk merumuskan strategi dalam perusahaan.[20]

Pada dasarnya analisis ini dilakukan dengan cara membawa pandangan/perspektif dari berbagai macam sudut, tidak hanya pada satu titik saja. Perspektif yang di bangun bersama sama secara perlahan akan memperlihatkan keterkaitan baru dan implikasi dari hubungan-hubungan yang terbentuk tersebut. Hal itulah yang menjadikan analisis SWOT menjadi salah satu analisis pilihan yang banyak organisasi maupun perusahan yang menggunakannya.

Kekuatan dan Kelemahan, Kekuatan ini berasal dari faktor Internal organisasi atau perusahaan yang dapat menjadi senjata memudahkan organisasi tersebut untuk mencapai visi misi mereka. Suatu kekuatan *(sytength)* atau *distinctive completence* akan menjadi *competitive advantage*, apabila kekuatan yang ada terkait dengan lingkungan sekitarnya. Apabila organisasi atau perusahaan lain juga terdapat kekuatan yang memiliki *care competence* atu minimal seimbang, maka sebaiknya kekuatan tersebut d ukur dari bagaimana kekuatan yang ada dalam organisasi atau perusahan BPRS Sungai pua dibandingan dengan organisasi atau perusahaan yang lain.

[20] Lestari Nurti, *Teknik Analisis Swot* (Anak Hebat Indonesia ,Yogyakarta:2020).Hal.7-8

Lawan dari kekuatan adalah kelemahan, kelemahan merupakan fakor internal yang dapat menghambat organisasi atau perusahaan mencapai visi dan misi mereka.Meskipun terlihat memiliki dampak yang besar, namun tidak semua kelemahan dari organisasi atau perusahaan harus dipaksa untuk diperbaiki.Namun yang harus digaris bawahi asalkan kelemahan tersebut tidak berpengaruh padalingkungan sekitar.

Peluang dan Ancaman, Apabila mengidentifikas sebuah peluang pada organisasi atau perusahan BPRS, maka BPRS perlu membiasakan diri untuk untuk membuat ranking berdasarkan *succes probabilitity* atau kemungkinan keberhasilan. Hal tersebut akan membuatfokud pada pada peluang-peluang mana yang akan berhasil sehngga tidak perlu menghabiskan waktu dan tenaga untuk melihat peluang yang *succes probabilitynya* rendah. Sedangkan Ancaman merupakan hal-hal yang biasanya terjadi akibat *trend,* perkembangan pasar, dan persaingan yang tidak bisa dihindari.Sama seperti peluang, ancaman juga bisa dilihat dari tingkat keparahan pengaruhnya *(seriousness)* dan kemungkinan terjadinya *(probability of occurrence).*

Dari hal tersebut, dapat disimpulkan beberapa simulasi situasi organisasi dilihat dari keterkaitan antara peluang dan ancamanya, yaitu sebagai berikut:

1. Suatu organisasi atau perusahaan dikatakan unggul jika memiliki *major opportunity* yang besar dan *major threat* kecil.

2. Suatu organisasi atau perusahaan dikatakan spekulatif jika memiliki *high opportunity* dan *highthreat* pada saat yang sama.
3. Suatu organisasi atau perusahaan dikatakan mature jika memilki *law opportunity* dan *low threat.*
4. Suatu organisasi atau perusahan dikatakan in trouble jika memilki *low opportunity* dan*high threa.*

Pada dasarnya mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam organisasi atau perusahaan merupakan bentuk audit internal untuk mengetahui seberapa efektif peforma organisasi tersebut. Sedangkan identifikasi peluang dan ancaman merupakan bentuk audit dari sisi eksternal atau ingkungan sebuah organisasi atau perusahaan (BPRS) beroperasi. Pendekatan analisis SWOT ini berfokus untuk menemukan aspek-aspek penting dari ke empat aspek di atas, yaitu kekuatan ,kelemahan,peluang dan ancaman. Ketika mengetahui aspek-aspek tersebut tujuan selanjutnya adalah memaksimalkan kekuatan, meminimkan kelemahan, mereduksi ancaman.dan membangun peluang.

Aktifitas SWOT tersebut dapat diperkuat dengan berfokus pada kebutuhan pelanggan dan konteks kompetitif tempat sebuah organisasi tau perusahaan (BPRS) beroperasi.Kedua hal ini merupakan kunci

dalam membangun atau mengembangkan strategi jangka panjang sebuah organisasi atau peruahaan (BPRS).[21]

Adapun Miles dan Huberman mengemukakan tiga tahapan yang dikerjakan dalam menganalisis data.

1. Reduksi Data

   Merupakan merangkum, memilih hal-hal penting yang berkaitan dengan topic penelitian agar mendapatkan gambaran yang jelas untuk mendapatkan data.

2. Paparan data

   Merupakan sekumpulan informasi tersusun dan memberikan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan demikian peneliti bisa lebih memahami dengan cepat fakta yang terjadi di lokasi.

3. Penarikan kesimpulan

   Merupakan hasil penelitian yang menjawab focus penelitian berdasarkan analisis data. Kesimpulan di berikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian yang berpedoman pada kajian penelitian[22]

---

[21] Ibid, Hal.20-24

[22] Imam Gunawan, *Metode penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta :PT Bumi Aksara, 2015) hal 209-212

. Dengan begitu peneliti bisa menarik kesimpulan atas fakta yang terjadi di lapangan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Sungai Pua Syariah

1. Sejarah Berdirinya BPRS Sungai Pua Syariah

Istilah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dikenalkan pertama kali oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) pada akhir tahun 1977, ketika BRI mulai menjalankan tugasnya sebagai Bank pembina lumbung desa, bank pasar, bank desa, bank pegawai dan bank-bank sejenis lainnya. Pada masa pembinaan yang dilakukan oleh BRI, seluruh bank tersebut diberi nama Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Menurut Keppres No. 38 tahun 1988 yang dimaksud dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah jenis bank yang tercantum dalam ayat (1) pasal 4 UU. No. 14 tahun 1967 yang meliputi bank desa, lumbung desa, bank pasar, bank pegawai dan bank lainnya.Status hukum Bank Perkreditan Rakyat (BPR) pertama kali diakui dalam pakto tanggal 27 Oktober 1988, sebagai bagian dari Paket Kebijakan Keuangan, Moneter, dan perbankan. Secara historis, BPR adalah penjelmaan dari beberapa lembaga keuangan, seperti Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai Lumbung Pilih Nagari (LPN), Lembaga Perkreditan Desa (LPD), Badan Kredit Desa (BKD), Badan Kredit Kecamatan

(BKK), Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK), Lembaga perkreditan Kecamatan (LPK), Bank Karya Desa (BKPD) dan atau lembaga lainnya yang dapat disamakan dengan itu. Sejak dikeluarkannya UU No. 7 tahun 1992 tentang Pokok Perbankan, keberadaan lembaga-lembaga keuangan tersebut status hukumnya diperjelas melalui ijin dari Menteri Keuangan.

Dalam perkembangan selanjutnya perkembangan BPR yang tumbuh banyak dengan menggunakan prosedur-prosedur Hukum Islam sebagai dasar pelaksanaannya serta diberi nama BPR Syariah. BPR Syariah yang pertama kali berdiri adalah adalah PT. BPR Dana Mardhatillah, kec.Margahayu, Bandung, PT. BPR Berkah Amal Sejahtera, kec.Padalarang, Bandung dan PT. BPR Amanah Rabbaniyah, kec. Banjaran, Bandung. Pada tanggal 8 Oktober 1990, ketiga BPR Syariah tersebut telah mendapat ijin prinsip dari Menteri Keuangan RI dan mulai beroperasi pada tanggal 19 Agustus 1991.

Selain itu, latar belakang didirikannya BPR Syariah adalah sebagai langkah aktif dalam rangka restrukturasi perekonomian Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijakan keuangan, moneter, dan perbankan secara umum. Secara khusus mengisi peluang terhadap kebijakan bank dalam penetapan tingkat suku bunga (rate of interest) yang selanjutnya secara luas dikenal sebagai sistem perbankan bagi hasil atau sistem perbankan Islam dalam skala outlet retail banking (rural

bank) UU No.10 Tahun 1998 yang merubah UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan nampak lebih jelas dan tegas mengenal status perbankan syariah, sebagaimana disebutkan dalam pasal 13, Usaha Bank Perkreditan Rakyat. Pasal 13 huruf C berbunyi : Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh BI. Keberadaan BPRS secara khusus dijabarkan dalam bentuk SK Direk si BI No. 32/34/Kep/Dir, tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah dan SK Direksi BI No. 32/36/Kep/Dir, tertanggal 12 Mei 1999 dan Surat Edaran BI No. 32/4/KPPB tanggal 12 Mei 1999 tentang Bamk Perkreditan Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah.Perkembangan bank syariah dari awal keberadaannya hingga November 2001 terdapat 81 BPRS. BPRS tersebut distribusi jaringan kantor tersebar pada 18 provinsi yang beradadi Indonesia.

2. Visi dan Misi PT.BPRS Sungai Pua

PT. BPRS Sungai PuaSyariah belum mempunyai Visi, Misi karna PT. BPR Sungai Puar baru saja berganti nama menjadi PT. BPRS Sungai PuaSyariah pada bulan Juli 2021.Budaya Kerja PT. BPRS Sungai PuaSyariah yaitu:

a. Profesional

   Professional dalam menjalankan tugas dan memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan standar yang memuaskan.

b. Religius

Menegakan nilai-nilai agama dan pembinaan terhadap akhlakul karimah.

c. Integritas

Memegang teguh kode etik dan prinsip-prinsip moral yang berlaku serta bertindak dengan konsisten.

d. Manfaat

Memberikan manfaat yang luas kepada masyarakat.

e. Adaptif

Menerima perubahan, penyelarasan organisasi yang berkelanjutan dengan lingkungannya dan perbaikan proses internal yang berkesinambungan.

3. Motto dan Tujuan PT.BPRS Sungai PuaSyariah

a. Moto BPRS Sungai PuaSyariah

"Mari Hijrah ke Bank Syariah agar berkah Sesuai Syariat Islam".

b. Tujuan PT.BPRS Sungai PuaSyariah

Menjadikan BPRS Sungai PuaSyariah yang mampu memberikan pelayanan terbaik untuk semua segmen nasabah, melalui pengembangan bisnis :

1) Pengembangan pembiayaan usaha nasabah
2) Pengembangan jual beli barang modal maupun barang konsumsi

3) Pengembangan usaha sewa menyewa (Ijarah, Rahn dan lain sebagainya)
4) Pengembangan penghimpunan dana masyarakat
5) Menghimpun dan mengelola dana zakat, infaq dan sedekah serta wakaf maupun Hibah (ZISWAH).

4. Profil PT.BPRS Sungai PuaSyariah

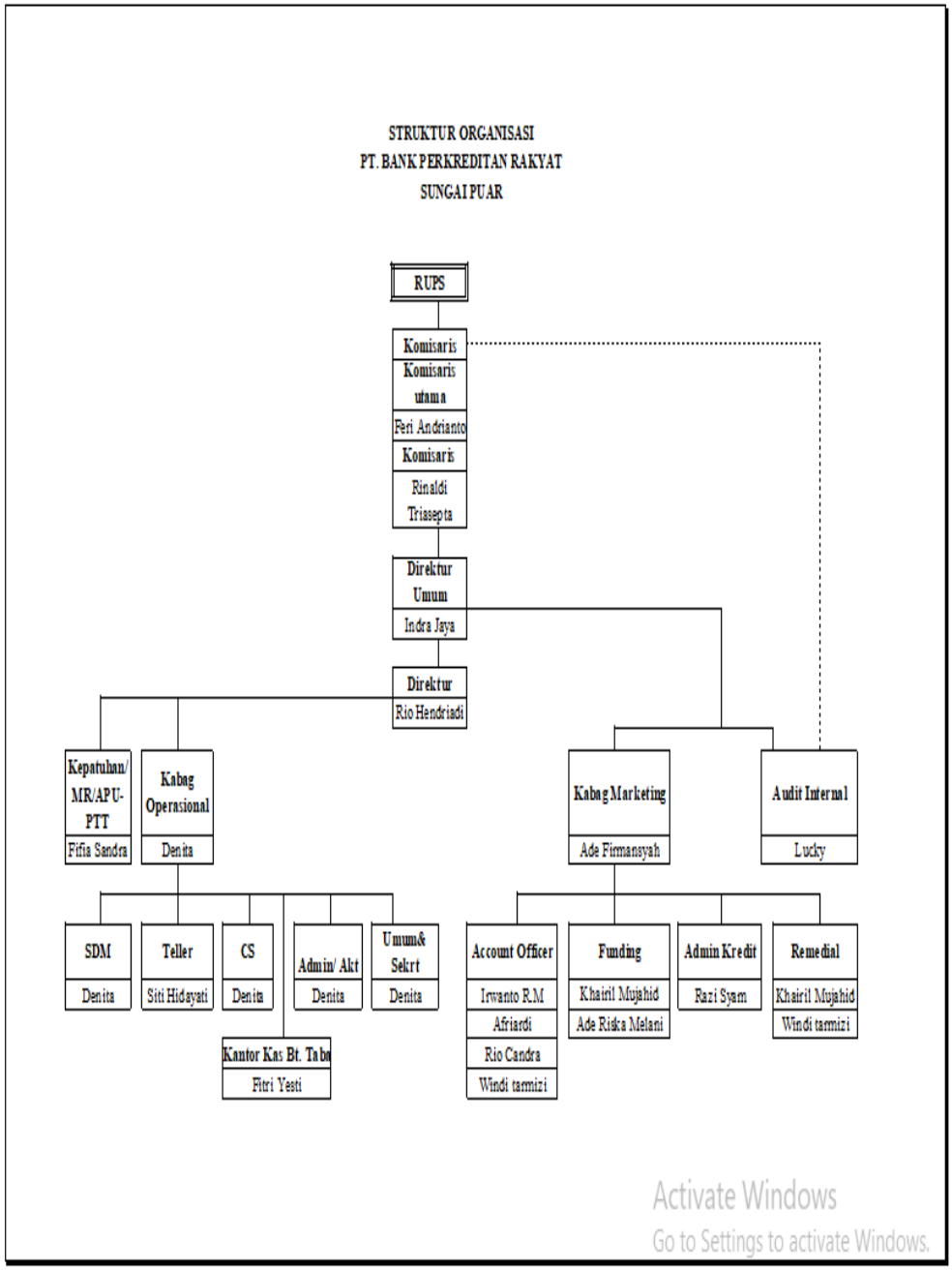
Jl. Raya Sungai Pua No. 6 Kampuang Gobah Tangah Koto, Nagari Sungai Pua, Kecamatan Sungai Pua, Kabupaten Agam.E-mail: bprsungaipuar@gmail.com

5. Struktur Organisasi PT.BPRS Sungai PuaSyariah

BPR sebagai lembaga keuangan perbankan harus mampu mewujudkan keberhasilan dalam operasinya, selain didukung oleh partisipasi masyarakat didaerah yang aktif, keberhasilan organisasi juga sangat di tentukan oleh struktur organisasi dan pola manajemen yang diterapkan, itulah struktur organisasi merupakan faktor penentu dalam pelaksanaan operasional Bank dalam rangka mencapai tujuannya.

Gambar 1.1

Struktur Organisasi



Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Gambar 1.1 Struktur organisasi PT BPRS Sungai PuaSyariah

Sumber : PT BPRS Sungai PuaSyariah

Tugas Rangkap

Denita : Admin/Akt/SDM/CS

Razi Syam : SLIK

Ade Firmansyah : SLIK

Keterangan

Garis

: komando

Garis

: Koordinasi



Keterangan:

a. Direksi

Organ perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh terhadap perseroan untuk kepentingan perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan didalam maupun luar perseroan.

Tugas:

1) Direksi wajib dengan iktikad baik dan penuh tanggung jawab menjalankan tugas pengurusan perseroan dengan tetap memperhatikan keseimbangan kepentingan seluruh pihak yang berkepentingan dengan aktivitas perseroan.
2) Mewakili perseroan, baik di luar pengadilan (perjanjian, kesepakatan) maupun di dalam pengadilan. Tidak ada pihak lain yang dapat bertindak atas nama perseroan kecuali diberikan kuasa oleh direksi yang berwenang.
3) Direksi wajib tunduk pada ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku, AD dan keputusan RUPS dan memastikan seluruh aktivitas perseroan telah sesuai dengan ketentuan peraturan-peraturan perundang-undangan yang berlaku, AD, keputusan RUPS serta peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh perseroan.

4) Direksi dalam memimpin dan mengurus perseroan semata-mata hanya untuk kepentingan dan tujuan perseroan dan senantiasa berusaha meningkatkan efisiensi dan efektivitas perseroan.
5) Direksi senantiasa memelihara dan mengurus kekayaan perseroan secara amanah dan transparan, jika diperlukan direksi membutuhkan persetujuan komisaris atau RUPS dalam setiap pengambilan keputusannya. Untuk itu, direksi mengembangkan sistem pengendalian internal dan sistem manajemen resiko secara terstruktural dan komprehensif.
6) Direksi akan menghindari kondisi dimana tugas dan kepentingan perseroan berbenturan dengan kepentingan pribadi.
7) Direksi wajib dengan iktikad baik dan penuh tanggung jawab menjalankan tugas pengurusan perseroan dengan tetap memperhatikan keseimbangan kepentingan seluruh pihak yang berkepentingan dengan aktivitas perseroan.
8) Mewakili perseroan, baik di luar pengadilan (perjanjian, kesepakatan, dll.) maupun di dalam pengadilan. Tidak ada pihak lain yang dapat bertindak atas nama perseroan kecuali diberikan kuasa oleh direksi yang berwenang.
9) Direksi wajib tunduk pada ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku, AD dan keputusan RUPS dan memastikan seluruh aktivitas perseroan telah sesuai dengan ketentuan peraturan-

peraturan perundang-undangan yang berlaku, AD, keputusan RUPS serta peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh perseroan.

10) Direksi dalam memimpin dan mengurus perseroan semata-mata hanya untuk kepentingan dan tujuan perseroan dan senantiasa berusaha meningkatkan efisiensi dan efektivitas perseroan.
11) Direksi senantiasa memelihara dan mengurus kekayaan perseroan secara amanah dan transparan, jika diperlukan direksi membutuhkan persetujuan komisaris atau RUPS dalam setiap pengambilan keputusannya. Untuk itu, direksi mengembangkan sist em pengendalian internal dan sistem manajemen resiko secara terstruktural dan komprehensif.
12) Direksi akan menghindari kondisi dimana tugas dan kepentingan perseroan berbenturan dengan kepentingan pribadi.

Tanggung jawab:

a) Direksi wajib bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan baik di dalam maupun di luar pengadilan. Sebagai organ yang wajib bertanggungjawab, direksi mempertanggungjawabkan kepengurusan itu kepada RUPS.
b) Direksi wajib membuat dan memelihara daftar pemegang saham, risalah RUPS dan risalah rapat direksi, menyelenggarakan

pembukuan perseroan, melaporkan kepemilikan sahamnya dan keluarga yang dimiliki pada perseroan atau perseroan lain.

c) Direksi wajib menyiapkan laporan tahunan (termasuk pertanggung jawaban tahunan) untuk RUPS.
d) Direksi wajib memberikan keterangan kepada RUPS mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan perseroan.
e) Direksi menyelenggarakan RUPS tahunan atau RUPS lain yang dianggap perlu (termasuk melakukan pemanggilan dan lain-lain).
f) Direksi wajib meminta persetujuan RUPS untuk mengalihkan atau menjadikan jaminan sebagian besar atau seluruh kekayaan perseroan.
g) Direksi wajib menyiapkan rencana penggabungan, peleburan atau pengambilalihan untuk diajukan kepada RUPS.

b. Dewan Komisaris

Organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi perseroan.

Tugas dan Tanggung jawab :

1) Memberikan pengarahan dan nasehat kepada direksi dan menjalankan tugasnya.
2) Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan Perusahaan.

3) Mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Anggaran dasar perusahaan dan keputusan-keutusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).
4) Mengevaluasi rencana kerja dan anggaran perusahaan serta mengikuti perkembangan Perusahaan dan apabila terdapat gejala yang menunjukkan Perusahaan sedang dalam masalah, Dewan Komisaris akan segera memintaDireksi untuk mengumumkannya kepada para pemegang saham dan memberikan rekomendasi untuk langkahlangkah perbaikan yang diperlukan.
5) Memberikan saran dan pendapat kepada RUPS mengenaitujuan strategis Perusahaan, rencana pengembangan usaha, anggaran tahunan, laporan keuangan tahunan, penunjukan laporan akuntanpublik sebagai auditor ekternal dan hal-hal penting lainnya.

c. Dewan Pengawas

Dewan pengawas Syariah Organ perseroan yang melakukan pengawasan terhadap produk-produk perseroan agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Tugas dan tanggung jawab :

1) Memberikan pedoman atau garis-garis besar syariah untuk menghimpun maupun untuk penyaluran dana serta kegiatan yang berkaitan dengan syariah
2) Mengadakan perbaikan seandainya suatu produk telah/sedang dijalankan dinilai bertentangan dengan syariah

3) Bertanggung jawab atas pengawasan terhadap operasional bank agar sesuai dengan syariah

d. Internal Audit

Internal audit adalah auditor yang bekerja didalam suatu entitas/perusahaan yang bertugas untuk mengetahui apakah prosedur serta kebijakan yang sudah disusun dan diterapkan oleh manajemen telah dipatuhi, menentukan apakah penjagaan atas kekayaan entitas/organisasi sudah baik atau tidak, menetukan tingkat efektivitas kegiatan organisasi, serta menentukan kehandalan informasi yang telah dihasilkan oleh bagian dari entitas/organisasi.

Tugas dan tanggung jawab Internal Audit

1) Mencari informasi awal terkait bagian yang akan diaudit (auditee).
2) Melakukan tinjauan dokumen dan persyaratan lain yang berskaitan dengan auditee
3) Mempersiapkan program audit tahunan dan jadwal pelaksanaan audit secara terperinci
4) Membuat daftar pertanyaan audit (audit checlist)
5) Melaksanakan pemeriksaan sistem secara menyeluruh.
6) Mengumpulkan dan menganalisis bukti audit yang cukup relevan.
7) Melaporkan temuan audit atau masalah yang ditemukan selama audit internal.

8) Memntau tindak lanjut hasil audit internal sampai dinyatakan selesai.

e. Kepala Bagian Marketing

Pemasaran atau marketing adalah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Tugas dan tanggung jawab :

1) Sebagai bagian yang memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat
2) Bertugas dalam menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan menjual produk perusahaan tersebut
3) Bertugas menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta jembatan antara perusahaan dengan lingkugan eksternal.
4) Menyerap dan menyampaikan informasi yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan penjualan produk.

f. Kepala Bagian Umum dan Operasional

Adalah memimpin,mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian operasional serta memberikan laporan rutin berkala atas pekerjaannya kepada direksi.

Tugas dan tanggung jawab:

1) Mengawasi dan mengendalikan operasi bank agar terlaksana dengan baik
2) Menjalankan fungsi kepemimpinan pada bagian operasional

3) Menyusun anggaran atau rencana kerja pada bidang operasional
4) Melaksanakan program kerja sesuai dengan rencana anggaran kantor

g. Customer service

Memberikan pelayanan kepada setiap nasabah/tamu dengan baik dan islami serta memberika informasi yang di butuhkan secara jelas, baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Tugas:

1) Memberikan pelayanan dan penjelasan tentang produk dan informasi lainnya yang diperlukan
2) Meregistrasi data nasabah, menginput data master nasabah pada program/system
3) Membuat laporan bulanan sesuai intterupsi operasi d) Melakukan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian/direksi
4) Bertanggung jawab kepada kepala bagian operasional/direksi

h. Teller/Kasir

Berfungsi menerima, menyimpan serta mengeluarkan uang tunai sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Tugasnya:

1) Melayani nasabah dalam transaksi uang tunai, baik setoran maupun penarikan
2) Bertanggung jawab atas uang tunai sesuai dengan limit yang ditentukan
3) Bertanggung jawab atas mutasi uang tunai yang ada dalam brankas bersama dengan direktur
4) Mengidentifikasi keabsahan identitas nasabah seperti; tanda tangan,dsb.
5) Mengerjakan mutasi harian teller serta jurnal bagian kas dan mencocokkan dengan bagian-bagian lain.

i. Pembukuan

Berfungsi membantu tugas kepala bagian keuangan dalam pengelolaan keuangan pembukuan perusahaan.

Tugasnya:

1) Membantu kabag keuangan penyelenggaraan pembukuan transaksi keuangan sesuai dengan (PAI)
2) Membuat bukti kas masuk dan bukti kas keluar
3) Menghitung bagi hasil tabungan/deposito serta pajak-pajak
4) Melayani nasabah dikantor.

j. Collector

Tugasnya melaksanakan penagihan terhadap debitur yang menunggak serta yang sudah jatuh tempo.Memberikan informasi kepada kepala bagian marketing atas perkembangan usaha dan kredit

debitur. Memberikan uang pembayaran dari debitur yang berhasil ditagih pada hari itu dan langsung menyetorkan pada teller pada hari yang sama.

k. Security

Tugas dan tanggunng jawab security:

1) Mengawasi seluruh wilayah Bank mulai dari radius lokasi Bank sampai dengan pintu masuk dan ruangan dalam Bank
2) Membuka pintu, menyambut dan memberikan salam dengan ramah setiap nasabah yang akan masuk kedalam bank
3) Memeriksa bawaan nasabah jika mencurigakan atau sikap dan tindaktanduk nasabah yang mencurigakan
4) Menanyakan keperluan nasabah dan memberikan arahan kepada nasabah sesuai dengan keperluan nasabah.

l. Driver

Tugas driver antara lain:

1) Menunjang kelancaran transportasi yang diperlukan kantor
2) Mengurus dan merawat mobil agar tetap bersih dan siap pakai
3) Melaporkan kerusakan kendaraan agar segera dilakukan perbaikan

m. Office Boy (OB)

Fungsinya membantu bagian umum dalam urusan rumah tangga kantor.

Tugasnya:

1) Bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapian dalam dan luar kantor
2) Bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapian dapur dan peralatan dapur kantor
3) Menjaga keamanan peralatan dan investasi
4) Menyiapkan fasilitas rapat-rapat
5) Menjaga kamar berwudhu dan kebersihan ruangan sholat.

B. HASIL PENELITIAN

1. Gambaran umum Informan Penelitian.

Informan penelitian ini merupakan pegawai BPRS Sungai Pua Syariah yang berjumlah 5 orang yang mengetahui bagaimana strategi sosialisasi dalam menambah jumlah menabung di BPRS Sungai Pua Syariah.

Tabel 2.1

Gambaran Umum Informasi Penelitian

No	Nama	Umur	Alamat	Jabatan
1	Afriadi	42	Padang Tarok	Account Officer
2	Eko Jasmanto	39	Baso	Funding

3	Irwanto RM	43	Biaro	Account Officer
4	Windi Tarmizi	43	Bonjo Alam	Acount Officer
5	Denita	37	Sungai Pua	Admin/CS

2. Strategi Sosialisasi yang dilakukan BPRS Sungai pua syariah.

Strategi sosialisasi yang dilakukan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Sungai pua syariah dalam sosialisasi menambah jumlah dengan menggunakan kekuatan, sosialisasi, posisi, strategi sosialisasi dan dengan menerapkan bauran (marketing mix) yang terdiri dari 4p yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).

a. Kekuatan

Kekuatan Kekuatan ini berasal dari faktor Internal organisasi atau perusahaan yang dapat menjadi senjata memudahkan organisasi tersebut untuk mencapai visi misi mereka. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Afriadi, menjelaskan bahwa :

Yang menjadi kekuatan dari BPRS Sungai pua syariah yaitu dikarnakan masyarakat sungai pua yang mayoritas muslim dan BPRS Sungai pua Syariah merupakan kebanggan dari masyarakat dari masyarakat Sungai Pua.

Adapun menurut bapak Irwanto RM mengatakan bahwa :

BPRS Sungai Pua Syariah merupakan satu-satunya Bank di Sungai pua dan BPRS Sungai pua merupakan kebanggan dari masyarakat Sungai Pua.

b. Sosialisasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu windi Tarmizi menjelaskan bahwa :

Cara BPRS Sungai Pua Syariah dalam mensosialisasikan dan memanfaatkan kekuatan dalam melakukan pemasaran dengan cara pemberian pelayanan yang baik dan memaksimalkan nasabah BPRS Sungai pua di Bukittinggi.

Adapun menurut ibu Denita menjelaskan bahwa:

Yaitu dengan cara memaksimalkan pelayanan yang baik dengan mendatangi rumah warga tentang arti pentingnya kmbali ke Syariah.

c. Positioning (penentuan posisi)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eko Jasmanto :

Cara atau strategi BPRS Sungai Pua Syariah dalam menentukan Posisi pasar yang tepat agar menarik minat nasabah, Yaitu dengan cara jemput bola ke pasar-pasar tempat masyarakat sungai pua berjualan.

Adapun menurut bapak Irwanto :

Yaitu dengan cara antar jemput bola ke tempat nasabah berjualan dan di situ juga akan menjadi daya tarik calon nasabah lain untuk menabung di BPRS sungai Pua Syariah.

Setelah BPRS Sungai Pua Syariah melakukan langkah- langkah penerapan strategi sosialisasi berdasarkan Kekuatan, Sosialisasi pemasaran,dan*positioning* (posisi). Selanjutnya BPRS Sungai pua Syariah juga mensosialisaikannya dengan cara menerapkan bauran pemasarannya dengan Strategi yaitu 4P, strategi *price* (harga), *place* (tempat/lokasi), *promotion* (promosi), *product* (produk).

a. Strategi Harga *(price)*

Penentuan harga merupakan salah satu aspek yang sangatb penting dalam kegiatan sosialisasi. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam upaya menambah jumlah nasasah nantinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Eko Jasmanto, menjelaskan bahwa:

Yaitu strategi yang di terapkan terhadap produk yang di tawarkan yaitu dengan cara Negosiasi dengan calon nasabah tersebut.

Adapun menurut bapak Afriadi, menjelaskan bahwa :

Yaitu Strategi harga yang akan di tawarkan kepada nasabah tidak di tentukan nilainya namun dengan cara Negosiasi dengan Calon nasabah tersebut.

b. Strategi tempat/lokasi *(place)*

Penentuan suatu tempat lembaga merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Berdasarkan wawancara dengan ibu Denita, menjelaskan bahwa:

Yaitu cara menentukan lokasi dalam memasarkan produk BPRS Sungai pua yaitu lokasi atau daerah yang terjangkau oleh BPRS Sungai pua Syariah.

Adapun menurut bapak Irwanto:

Dalam menentukan lokasi untuk memasarkan produk tentunya harus terjangkau oleh BPRS Sungai Pua Syariah agar kinerja BPRS Sungai Pua Syariah bisa Efektif.

c. Strategi promosi *(promotion)*

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberikan dan menginformasikan suatu produk agar mendorong pelanggan untuk menggunakan atau membelinya.Berdasarkan wawancara dengan ibuk Windi Tarmizi, menjelaskan bahwa:

Yaitu dengan cara mempromosikannya dari Nasabah ke Nasabah dan di situ nasabah akan mempromosikan dari mulut ke mulut.

Adapun menurut bapak Afriadi menjelaskan bahwa:

Yaitu dengan cara memberikan informasi dan sosialisasi ke nasasbah dan juga menyebarkan pamflet di media sosial dan juga berupa baliho tentang produk yang akan di tawarkan.

d. Produk *(product)*

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal yang memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki konsumen. Berdasarkan wawancara dengan bapak Eko jasmanto menjelaskan bahwa:

Yaitu beliau memberikan pernyataan adapun beberapa produk unggulan dari BPRS Sungai Pua yaitu,TabunganWadiah, Deposito mudarabah dan pembiayaan.

Adapun menurut ibu Windi Tarmizi menjelaskan bahwa :

Beberapa produk dari BPRS Sungai Pua syariah meliputi, Tabungan Wadiah, Deposito Mudarabah, dan pembiayaan.

3. Analisis SWOT BPRS Sungai Pua dalam meningkatkan jumlah menabung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Irwanto RM, Afriadi, Eko jasmanto dan Ibuk Windi Tarmizi dalam meningkatkan jumlah menabung terdapat faktor Internal dan Eksternal yang terdiri dari

kekuatan *(streng),* Kelemahan *(weaknes),* Peluang *(opportunities)* dan Ancaman *(threat)*

Tabel 2.1
Analisis SWOT

No	Faktor Internal Kekuatan *(streng)*	Bobot	Rating
1	Dana dikelola berdasarkan prinsip syariah	0,2	1
2	Masyarkat merasa memiliki bank BPRS Sungai pua	0,1	1
3	Satu satunya bank syariah yang ada di Sungai Pua	0,2	1
4	Masyarakat Sungai pua Mayoritas Islam	0,1	1
5	Pegawainya orang Sungai pua asli	0,1	3
6	Persyaratan menabung tidak sulit	0,1	1
7	Strategi antar jemput Nasabah (Jemput Bola)	0,2	1

No	Faktor Internal Kelemahan *(Weakness)*	Bobot	Rating
1	Belum tersedia fasilitas ATM	0,1	1
2	Masih kurangnya SDM dalam melakukan Sosialisasi	0,1	2
3	Produk yang masih kurang atau belum di ketahui masyarakat	0,1	3
4	Masih kurangnya Sosialisasi dalam meningkatan minat mnabung terhadap Nasabah	0,2	2
5	BPR yang baru berbasis Syariah	0,1	1
6	Sosialisasi yang dilakukan baru di daerah Nagari Sungai pua saja	0,3	4
7	Produk yang di tawarkan Kurang Menarik	0,1	4

Sumber : Data Pengolahan Hasil Wawancara

No	Faktor Eksternal Peluang *(Opportunities)*	Bobot	Ratting
1	Letak lokasi BPRS Sungai Pua yang strategis	0,3	2
2	Belum adanya lembaga syariah lain selain BPRS sungai pua syariah	0,1	2
3	Banyaknya sekolah-sekolah yang dapat menjadi tempat untuk melakukan Sosialisasi dan promosi	0,2	1
4	Ekonomi masyarakat kenagarian sungai pua yang cukup mumpuni	0,1	2
5	Keinginan/kemauan masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah	0,1	2
6	Masyarakat yang suka dengan produk yang di tawarkan BPRS	0,2	1

No	Faktor Eksternal Ancaman *(Threat)*	Bobot	Ratting
1	Persaingan antar produk semakin ketat baik pada bank syariah maupun bank konvensional	0,2	1
2	Fasilitas yang masih kurang memadai sehingga mengurangi kinerja dalam melakukan sosialisasi	0,2	2
3	Semakin banyaknya bank umum syariah dan unit-unit syariah lainya	0,2	2
4	Apakah BPRS Sungai pua sering terjadi kriminalitas atau tindakan kejahatan	0,2	4
5	Ketatnya persaingan antar bank pembiayaan rakyat Syariah	0,1	2
6	Krisis Ekonomi yang sedang melanda di era covid 19	0,1	1

Sumber :Data Pengolahan Hasil Wawancara

C. PEMBAHASAN

1. **Strategi sosialisasi yang dilakukan BPRS Sungai Pua Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Menabung**.

Strategi Sosialisasi Produk Sangat di perlukan Pada sebuah lembaga keuangan Syariah Seperti BPRS Sungai Pua.persaingan antar bank yang lain tentu membuat masing- masing Bank memiliki strategi dan komunikasi pemasaran yang menarik khususnya untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang diperoleh bahwa strategi sosialisasi yang di terapkan oleh BPRS Sungai Pua Syariah meliputi.

a. Kekuatan

Dalam menentukan strategi Sosisalisasi pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti BPRS Sungai pua Syariah langkah awal yang bisa di lakukan yaitu di lihat dari kekuatan dari BPRS Sungai Pua Syariah dahulu.

Adapun kekuatan yang di miliki dari BPRS Saungai Pua Syariah yaitu Bank BPRS Sungai Pua merupakan satu-satunya Bank yang ada di daerah tersebut dan masyarakat Sungai pua yang mayoritas Islam merupakan salah satu kekuatan dari BPRS itu sendiri sehingga kegiatan kegiatan sosialisasi bisa berjalan dengan baik.

b. Sosialisasi

Setelah menentukan kekuatan yang di miliki BPRS Sungai Pua Syariah, langkah berikutnya adalah dengan strategi sosialisasi

dengan memanfaatkan kekuatan yang di miliki BPRS Sungai Pua Syariah.

Strategi sosialisasi yang di lakukan BPRS Sungai Pua Syariah yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan dengan cara mendatangi rumah- warga dalam mensosialisasikan produk yang akan di tawarkan dengan menendepakan pentingnya kembali ke syariah dan bahayanya riba dan juga memaksimalkan nasabah BPRS Sungai Pua di daerah bukittinggi

c. Positioning (posisi pasar)

Setelah kekuatan dan strategi sosialisasi di tentukan selanjutnya BPRS Sungai Pua Syariah menentukan posisi pasar, di mana posisi itu sendri memberikan kenyamanan dan kesan yang baik bagi nasabah.

Dimana pihak BPRS Sungai pua menentukan posisi pasar agar menarik minat nasabah menabung di BPRS Sungai Pua syariah ysitu dengan sitem jemput bola ke pasar- pasar tempat masyarakat Sungai Pua berjualan.

Setelah BPRS Sungai Pua melakukan langkah- langkah penerapan strategi sosialisasi yaitu kekuatan, strategi sosialisasi, dan positioning (posisi pasar). Selanjutnya BPRS Sungai Pua Syariah menerapkan dan melakukan bauran pemasarannya memliki bebrapa strategi yaitu 4P, strategi produk *(product),* harga *(price),*tempat*(place),* promosi *(promotion).*

a. Strategi Harga *(price)*

Penentuan harga merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam kegiatan sosialisasi. Strategi BPRS Sungai Pua Syariah dalam mensosialisasikan produk nya agar meningkatkan minat menabung di BPRS yaitu tidak menetapkan harga atau nominal tabungan namun dengan cara negosiasi antara pihak BPRS dengan calon nasabah yang di dasari atas suka sama suka.

b. Strategi tempat/lokasi *(place)*

Salah satu strategi sosialisasi yang di lakukan BPRS Sungai Pua Syariah yaitu strategi tempat, tempat merupakan tempat yang di gunakan untuk melakukan sosialisasi produk yang akan di tawarkan kepada nasabah yaitu di mana BPRS Sungai Pua melakukan sosialisasi di mesjid- mesjid dan di pasar rakyat sesuai dengan daerah jangkauan BPRS Sungai Pua Syariah agar mempermudahkan segala aktivitas.

c. Strategi Promosi *(promotion)*

Promosi merupakan merupakan strategi yang penting dalam melakukan sosialisasi. Strategi promosi yang di jalan kan oleh pihak BPRS Sungai Pua Syariah yaitu dengan cara menyampaikan dari mulut ke mulut atau dari nasabah ke nasabah lainya dan juga

menggunakan media sosial seperti Facebook, Imstagram dan juga menggunakan Baliho yang di dirikan di depan BPRS Sungai pua.

d. Strategi Produk *(product)*

Produk di ciptakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dari para konsumen atau calon nasabah.BPRS Sungai Pua. BPRS Sungai Pua Syariah melakukan sosialisasikan produknya ke nasabah dengan memperkenalkan secara langsung kepada konsumen yaitu berupa Tabungan wadiah, Deposito Mudharabah, dan Pembiayaan, produk ini merupakan produk unggulan yang ada di BPRS Sungai pua yang menjadi daya tarik dari calon Nasabah.

2. Penerapan Analisis SWOT BPRS Sungai Pua Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.

Teknik analisis SWOT ini di lakukan untuk menentukan tujuan Strategi sosialisasi yang dapat di gunakan sebelum menentukan tujuan-tujuan perusahaan.

Adapun Analisis SWOT di lingkungan Internal dan juga eksternal yang di terapkan oleh BPRS Sungai Pua Syariah berdasarkan hasil wawancara dengan pihak BPRS di sajikan dalam tabel *IFAS (Internal Factor Analisis Summary)* dan *EFAS (Eksternal Factor Analisis Sumarry).*

Penggunaan bentuk IFAS dan EFAS melibatkan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Mengidentifikasikan 1-10 kekuatan dan kelemahan serta peluang dan yang di hadapi perusahaan.
b. Memberikan bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran bobot 10 (sangat penting) sampai bobot 0 (tidak penting). jumlah seluruh bobot harus sama dengan 10 berapapun jumlah faktor yang dibobot dalam IFAS dan EFAS.
c. Memberikan peringkat untuk masing- masing faktor sekitar dari 1 (sangat penting) sampai ke bobot 4 (sangat buruk), yang di dasarkan pada tanggapan karyawan terhadap fakto- faktor analisis.
d. Rumus dalam menentukan nilai IFAS dan EFAS (Bobot di kali Ratting) Nilai tertimbang bekisar antara 1 (sangat bagus) sampai dengan 4 (buruk) dengan nilai rata- rata 3.

Tabel 3.1

Internal Factor Aanalisis Summary (IFAS)

No	Faktor Internal Kekuatan *(streng)*	Bobot	Ratting	Nilai
1	Dana dikelola berdasarkan prinsip syariah	0,2	1	0,2
2	Masyarkat merasa memiliki bank BPRS Sungai pua	0,1	1	0,1
3	Satu satunya bank syariah yang ada di Sungai Pua	0,2	1	0,2
4	Masyarakat Sungai pua Mayoritas Islam	0,1	1	0,1
5	Pegawainya orang Sungai pua asli	0,1	3	0,3
6	Persyaratan menabung tidak sulit	0,1	1	0,1

7	Strategi antar jemput Nasabah (Jemput Bola)	0,2	1	0,2
Total		1,0		1,2

No	Faktor Internal Kelemahan *(Weakness)*	Bobot	Rating	Nilai
1	Belum tersedia fasilitas ATM	0,1	1	0,1
2	Masih kurangnya SDM dalam melakukan Sosialisasi	0,1	2	0,2
3	Produk yang masih kurang atau belum di ketahui masyarakat	0,1	3	0,3
4	Masih kurangnya Sosialisasi dalam meningkatan minat mnabung terhadap Nasabah	0,2	2	0,4
5	BPR yang baru berbasis Syariah	0,1	1	0,1
6	Sosialisasi yang dilakukan baru di daerah Nagari Sungai pua saja	0,3	4	1,2
7	Produk yang di tawarkan Kurang Menarik	0,1	4	0,4
Total		1,0		2,7

Sumber : Data pengolahan Hail Wawancara

No	Faktor Eksternal Peluang *(Opportunities)*	Bobot	Rating	Nilai
1	Letak lokasi BPRS Sungai Pua yang strategis	0,3	2	0,6
2	Belum adanya lembaga syariah lain selain BPRS sungai pua syariah	0,1	2	0,2
3	Banyaknya sekolah-sekolah yang dapat menjadi tempat untuk melakukan Sosialisasi dan promosi	0,2	1	0,2
4	Ekonomi masyarakat kenagarian sungai pua yang cukup mumpuni	0,1	2	0,2
5	Keinginan/kemauan masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah	0,1	2	0,2
6	Masyarakat yang suka dengan produk yang di tawarkan BPRS	0,2	1	0,2

Total	1,0		1,6

No	Faktor Eksternal Ancaman *(Threat)*	Bobot	Ratting	
1	Persaingan antar produk semakin ketat baik pada bank syariah maupun bank konvensional	0,2	1	0,2
2	Fasilitas yang masih kurang memadai sehingga mengurangi kinerja dalam melakukan sosialisasi	0,2	2	0,4
3	Semakin banyaknya bank umum syariah dan unit-unit syariah lainya	0,2	2	0,4
4	Apakah BPRS Sungai pua sering terjadi kriminalitas atau tindakan kejahatan	0,2	4	0,8
5	Ketatnya persaingan antar bank pembiayaan rakyat Syariah	0,1	2	0,2
6	Krisis Ekonomi yang sedang melanda di era covid 19	0,1	1	0,1
Total		1,0		2,1

Sumber: Pengolahan Hasil Wawancara

Dari hasil analisis Tabel di atas, pada hasil penelitian responden memberikan total nilai yang sangat baik pada perusahaan atau BPRS. Dari tabel di atas dapat di lihat bahwa total nilai dari masing- masing faktor dapat di rincikan sebagai berikut :

a. Kekuatan (streng) :1,2

b. Kelemahan (weaknes) :2,7

c. Peluang (Opportunities) :1,6

d. Ancaman (Threat) :2,1

Berdasarkan dari hasil analisis di atas, dapat di ketahui bahwa selisih nilai streng dan weaknes -0,75 yang di dapat dari nilai kekuatan di

kurang nilai kelemahan dan di bagi 2 , sedangkan selisih nilai Opportunities dan Threat adalah -0,25 yang di dapat dari nilai peuang di kurangi nlai ancaman dan di bagi dengan 2.

Koordinat Internal (x)

(Skor total kekuatan- Skor total kelemahan) : 2 =(1,2-2,7) : 2 =-0,75

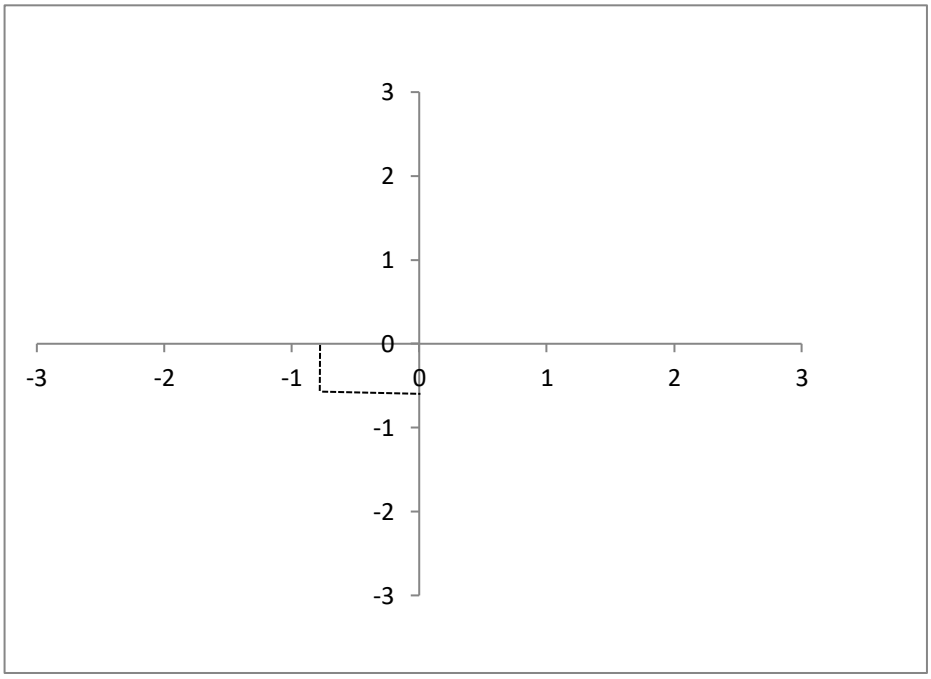
Koordinat Eksternal (y)

(Skor total peluang- Skor total ancaman) : 2 =(1,6-2,1) :2 =0,5 = -0,25

Dari identifikasi faktor tersebut maka dapat di gambarkan dalam diagram SWOT berikut ini:

Gambar 4.1

Diagram analisis SWOT



Gambar di atas menunjukan bahwa BPRS Sungai Pua berada pada kuadran -0,75 (negatif) dan kuadran -0,25 (negatif) posisi ini menandakan bahwa BPRS Sungai Pua memiliki beberapa kelemahan dan juga memiliki beberapa ancaman.

Setelah menganalisis faktor internal dan eksternal BPRS Sungai Pua selanjutnya menggunakan Matriks SWOT.

Tabel 5.1

Matriks SWOT

Faktor Internal (IFE) dan Faktor Eksternal (EFE)	***Streng (S)***	***Weakness (W)***
	1. Dana dikelola berdasarkan prinsip Syariah. 2. Masyarakat merasa memiliki Bank BPRS Sungai Pua.	1. Belum tersedia fasilitas ATM 2. Masih kurangnya SDM dalam melakukan Sosialisasi.

	3. Satu satunya bank yang ada di sungai Pua. 4. Masyarakat sungai pua mayoritas Islam. 5. Pegawainya orang sungai Pua asli. 6. Persyaratan menabung tidak sulit. *7.* Strategi antar jemput bola.	3. Produk yang masih kurang atau belum di ketahui masyarakat. 4. Masih kurangnya sosialisasi dalam meningkatkan minat menabung. 5. BPR yang baru berbasis Syariah. 6. Sosialisasi yang dilakukan baru di daerah Sungai Pua saja. 7. Produk yang di tawarkan kurang menarik.
Opportunities (O)	***Strategi (SO)*** 1. Meningkatkan strategi sosialisasi	***Strategi (WO)*** 1. Terus meningkatkan dan

1. Letak BPRS Sungai pua yang strategis. 2. Belum adanya lembaga syariah lain selain BPRS Sungai pua. 3. Banyak nya sekolah-sekolah menjadi tempat melakukan sosialisasi dan promosi. 4. Ekonomi masyarakat sungai pua yang cukup mumpuni. 5. Keinginan masyarakat menabung di	baik terjun lansung kelapangan maupun dan juga melalui media sosial sesuai dengan kemajuan teknologi. 2. Memberi kenyamanan dan menjalin hubungan baik dengan calon nasabah. 3. Mempermudah syarat dalam menabung dan juga dalam bertransaksi.	juga memaksimalkan kualitas SDM yang berkompeten di bidang Sosialisasi. 2. Memaksimalkan Sosialisasi terhadap produk yang akan di tawarkan pada calon Nasabah 3. Memaksimalkan pemahaman masyarakat tentang bahayanya melakukan kegiatan riba dalam kehidupan.

lembaga keuangan Syariah. 6. Masyarakat yang suka dengan produk yang di tawarkan.		
Threat (T) 1. Persaingan antar produk yang semakin ketat baik pada bank syariah maupun konvensional. 2. Fasilitas yang kurang memadai untuk melakukan sosialisasi.	**Strategi (ST)** 1. Menjalin hubungan yang baik degan masyrakat dan calon Nasabah sehingga Nasabah akan merasa tersentuh untuk bertransaksi di BPRS Sungai Pua. 2. Mempertahanan cirri khas atau kelebihan yang	**Srategi (WT)** 1. Melakukan promosi Sosialisasi agar menarik lebih banyak calon Nasabah untuk menabung di BPRS Sungai Pua. 2. Meningkatkan faslitas berbasik teknologi yang dapat mempermudah calon nasabah

3. Semakin banyaknya bank umum syariah dan unit-unit syariah lainya. 4. Apakah BPRS sungai pua sering terjadi kriminalitas dan kejahatan. 5. Ketatnya persaingan antar bank pembiayaan syariah . 6. Krisis ekonomi yang sedang melanda di era covid 19.	dimiliki BPRS Sungai Pua.	dalam mengakses bagi nasabah. 3. Melakukan sosialisasi lebih aktif dan melakukan sosialisasi promosi secara terus menerus terhadap produk yang akan di tawarkan nantinya.

Sumber :Pengolahan Hasil Wawancara

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan empat strategi sosialisasi yang dapat di ambil yaitu :

a. *Strategi SO*

Dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah danpat di gunakan strategi sosialisasi yaitu dengan terjun secara langsung dan juga melalui media sosial dan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi.

b. *Strategi ST*

Dalam upaya meningkatkan jumlah Nasabah BPRS Sungai Pua harus Menjalin hubungan yang baik degan masyrakat dan calon Nasabah sehingga Nasabah akan merasa tersentuh untuk bertransaksi Di BPRS Sungai Pua dan juga mempertahanan cirri khas atau kelebihan yang dimiliki BPRS Sungai Pua.

c. *Strategi WO*

BPRS Sungai Pua harus meningkatkan dan memaksimalkan kualitas SDM yang berkompeten di bidang Sosialisasi dan juga memaksimalkan Sosialisasi terhadap produk yang akan di tawarkan pada calon nasabah serta memaksimalkan sosialisasi terhadap masyarakat tentang bahayanya melakukan kegiatan riba dalam kehidupan.

d. *Strategi WT*

BPRS Sungai Pua harus melakukan promosi Sosialisasi agar menarik lebih banyak calon nasabah untuk menabung di BPRS Sungai

Pua dan meningkatkan faslitas berbasis teknologi yang dapat mempermudah calon nasabah dalam mengakses bagi nasabahserta melakukan sosialisasi lebih aktif dan melakukan sosialisasi promosi secara terus menerus terhadap produk yang akan di tawarkan nantinya.

Jadi simpulkan bahwa terdapat beberapa alternatif yang mungkin dapat di gunakan dalam strategi sosialisasi untuk bersaing antar lembaga keuangan syariah maupun non bank lainyan guna meningkatkan jumlah nasabah menabung di BPRS Sungai Pua Syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat dipahami bahwa dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah di PT BRRS Sungai Pua Syariah memilliki beberapa strategi sosialisasi yaitu dengan cara menentukan strategi kekuatan, sosialisasi, dan menentukan posisi pasar dan PT BPRS Sungai Pua Syariah juga menerapkan bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 4p yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Dan dari hasil analisis SWOT yang di dapat dari nilai kekuatan ,kelemahan, peluang dan ancaman bahwa posisi PT BPRS Sungai Pua Syariah berada pada posisi (-0,75 dan -0,25) Negatif yang mana perusahaan memiliki kelemahan dan juga ancaman adapun matriks SWOT BPRS Sungai Pua menghasilkan empat strategi sosialisasi yaitu: Strategi SO,Strategi ST, Strategi WO, dan Strategi WT.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti dapat memberikan saran terhadap permasalahan dalam skripsi ini yaitu pada PT BPRS Sungai Pua Syariah untuk masa yang akan datang dapat menyediakan mesin ATM dan meningktakan jumlah SDM pada bidang sosialisasi serta

melakukan inovasi produk agar dapat berkembang dengan baik dan di minatiolehmasyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Ria Rahmi Wati,2004. *Konversi Bank Umum onvensional Menjadi Bank umum Syariah Berdasarkan Uu No.10 Tahun 1998*.

Ilahiyyah,Rizqi.*Strategi pemasaran Deposito Dana Mulia IB Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.*Semarang:Fak.Febi UIN Walisongo Semarang.

Vambudy,Redo. *Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Melalui Strategi Pemasaran Pada BPRS HaJI miskin Pandai Sikek* .Padang: Fak,Febi IAIN Batusangkar.

Lianda putrid,Fega.*Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di BPRS muamalat Harkat Sukaraja.* Bengkulu:Fak,Febi IAIN Bengkulu.

Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 Tenang perbankan Syari'ah Pasal 21

Hendriadi,Rio. *Berdasarakan Hasil Wawancara yang dilakukan dengan bapak*

Kasmir.2006. *Manajemen perbangkan* Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada

Rosmayati, Maulana.2020. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik,*(Bandung: Guepedia.

Firmansyah,Fani. 2014.*Analisis Swot dalam penentuan strategi pemasaran produk pembiayaan pada PT.PANIN Bank Syariah* (Malang)

Yam,Jim Hoy.2020. *Manajemen Strategi*.Jakarta: CV Nas Media Pustaka2020

Murtani,Alim .2019.*Sosialisasi Gerakan Menabung*.Tanjung Medan: Fak.Ekonomi Bisnis,Universitas Potensi Utama.

Wiyadi,Muh,2017.*Makna Adverbia penanda aspek sangkalan, dan jumlah pada teks terjemahan al quran* (Surakarta, universitas muhammadiyah).Hal 26

Murtani, Alim. 2019. *Sosisialisasi gerakan menabung* . Medan.Fak.Febi.Universitas poensi utama.

Wahyu, Rahmadani. 22017.,*Ilmu Sosial Dasar*. Bandung : CV pustaka setia.

Adi, Rianto. 2004. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum,*Jakarta: CV Granit.

Nurti,Lestari Nurti.2020. *Teknik Analisis Swot.* Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Gunawan, Imam.2015. Metode penelitien Kualitatif Teori dan Praktik.Jakarta PT. Bumi Aksara.