PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* DALAM PENGEMBANGAN BISNIS DI PT BPRS SUNGAI PUA SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Studi Perbankan Syariah S1

Oleh :

NADYA ZIKRA
NIM: 3319122

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

TA. 2023 M/1444 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi ini atas Nama **Nadya Zikra Nim 3319122** dengan judul Skripsi **"Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis Di Pt Bprs Sungai Pua Syariah"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk di ajukan ke siding munaqasah.

Demikianlah persetujuan diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 23 Mei 2023

Pembimbing

Andis Febrian, MM

NIP.198902032019031004

Dipindai dengan CamScanner

Dipindai dengan CamScanner

Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Nadya Zikra
Nim	: 3319122
Tempat/ tgl lahir	: Sungai Aro/ 22 Desember 2000
Program Studi	: S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: "Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis Di PT BPRS Sungai Pua Syariah"

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa karya ilmuah (Skripsi) dengan judul diatas adalah benar karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia untuk diproses sesuai hukum yang berlaku dengan gelar kesarjanaan penulis dicopot hingga batas waktu yang tidak di tentukan.

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

Bukittinggi. 23 Mei 2023



NADYA ZIKRA

NIM. 3319122

ABSTRAK

Skripsi ini dususun oleh Nadya Zikra, Nim 3219122 Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi. Dengan judul penelitian: **"Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis Di PT BPRS Sungai Pua Syariah".**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis yang terus meningkat, dimana tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru dengan produk yang sejenis, yang mana kan menimbulkan persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen atau nasabah. Adanya kegiatan perekonomian masyarakat saat sekarang ini dicengkram oleh praktek rentenir yang merugikan kegiatan ekonomi masyarakat. Melihat kondisi tersebut menyebabkan bank semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penggunaan jasa maupun produk perbankan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif. Selanjutnya, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara lansung, observasi dan dokumentasi. Kemudian teknik pengolahan dan analisa data dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan tahap akhir adalah penarikan kesimpulan. Dalam penelitaian ini jumlah informan yang mau di wawancarai yaitu sebanyak 5 orang yang di tujukan kepada karyawan yang ada di PT BPRS Sungai Pua Syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menghadapi persaingan industri keuangan dapat dilakukan dengan pendekatan *Blue Ocean Strategy* yang menekankan pada kesetaraan anatara nilai dan inovasi. Dimana PT BPRS Sungai Pua Syariah konversi dari konvensional menjadi syariah. dimana hal ini bisa menarik minat nasabah dan menjaga loyalitas nasabah. Sesuai dengan prinsip *Blue Ocean Strategy*, PT BPRS Sungai Pua Syariah memenuhi kinerja kerja empat langkah dengan menghapuskan atau menutup fasilitas maupun produk yang tidak sesuai dengan konsep syariah, mengurangi biaya administrasi dan saldo minimum, meningkatkan produk dan layanan yang sesuai dengan konsep syariah selain standar bank konvensional, dan menciptakan rasa aman dan nyaman dengan menawarkan produk syariah dalam industri perbankan. Karena pasar yang masih sangat terbuka lebar dan adanya keuntungan dari strategi bank konvensional, maka pengembangan produk-produk bank syariah yang kompetitif dan inovatif perlu ditingkatkan.

Kata Kunci: Blue Ocean Strategy, Pengembangan Bisnis

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis Di Pt Bprs Sungai Pua Syariah".** Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Kemudian shalawat dan salam tidak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman yang berilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan bimbingan dengan penuh ketulusan dan keikhlasan dari berbagai pihak, terutama segenap keluarga yang telah mendukung penulis, baik secara moril ataupun secara materil, teristimewa sekali kepada diri sendiri yang telah berjuang selama ini. Maka penulis menguncapkan terimakasih yang tak terhingga, pertama kali kepada kedua **orangtua tercinta** Ayahanda **Yusri** dan Ibunda **Fitra Dewi** yang telah melahirkan, merawat, mendidik dan membesarkan penulis dengan kasih sayang penuh, kesabaran serta pengorbanan dan perjuangan yang tak kenal lelah untuk masa depan dan

kehidupan penulis. Selanjutnya atas bantuan dan arahan yang telah diberikan, penulis juga mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Ibu Rektor UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi (UIN) Bukittinggi **Prof. Dr. Ridha Ahida, M. Hum** beserta jajaran, Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi **Dr. Hesi Eka Puteri, M.Si** beserta jajaran, Bapak ketua prodi jurusan Perbankan Syariah S1 **Baginda Parsaulian, ME** beserta jajaran
2. Ibu **Dr. Hesi Eka Puteri, M.Si** sebagai Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan nasehat dan arahan dalam menjalani perkuliahan.
3. Bapak **Andis Febrian, MM** selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga lalu menyumbangkan buah fikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga selalu diberi kesehatan dan keberkahan terhadap Bapak oleh Allah SWT.
4. Bapak Ibu Dosen dan Staff Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi terkhusus yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang juga memberikan pengetahuan baik di dalam kelas perkuliahan atau pun diluar. Serta masukan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
5. Bapak Ibu Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

6. Pimpinan serta karyawan/i PT BPRS Sungai Pua Syariah yang telah mengizinkan penelitian serta memberikan data-data dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada Adik Penulis Syarifah Kurnia Illahi terimakasih atas doa, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis.
8. Untuk teman searah meskipun tak sedarah Ivana Erza 3319123, selama 4 tahun yang telah kita lewati bersama merupakan kenangan yang tak terlupakan. Terimakasih telah mau direpotkan selama ini, terimakasih atas semangat dan motivasinya, dan terimakasih telah mendengar cerita-cerita yang sering diulang, Ini bukanlah akhir dari perpisahan kita.
9. Untuk teman-teman seperjuangan, rekan-rekan Marga (Irvan Derefma, Muhammad Rido, dan Rahmat Ikbal) yang telah memberikan dorongan dan semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi, terimakasih atas kebersamaannya selama ini.
10. Kepada Keluarga Besar IMA SOLSEL, terimakasih atas semangat, motivasi, dukungan, dan doa yang telah diberikan selama ini. Terimakasih atas pengalaman berharga yang tak terhingga, kebersamaan yang tidak terlupakan, disini penulis menemukan rumah tak harus berbentuk bangunan.

Selanjutnya penulis juga banyak berterimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung proses penyelesaikan penulisan skripsi ini. Doa dan harapan penulis kepada semua pihak-pihak yang memberikan bantuan, yang insyaallah Allah SWT membalas serta mengaharapkan rahmat dan karunia-Nya. Amin.

Bukittinggi, 22 Mei 2023
Penulis

NADYA ZIKRA
NIM. 3319122

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAAN TIM PENGUJI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL .....

DAFTAR GAMBAR.....

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1
B. Identifikasi Masalah..... 10
C. Batasan Masalah 10
D. Rumusan Masalah..... 10
E. Tujuan Penelitian 11
F. Manfaat penelitian..... 11
G. Penjelasan Judul..... 13

BAB II PEMBAHASAN

A. Blue Ocean Strategy..... 15
    1. Pengertian *Blue Ocean Strategy*..... 15
    2. Blue Ocean VS Red Ocean 19
    3. Prinsip-prinip Dalam *Blue Ocean Strategy*..... 22
    4. Konsep *Blue Ocean Strategy* 23
B. Manajemen Strategis..... 30
C. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)..... 36
D. Kajian Terdahulu..... 39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian..... 43
B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... 43
C. Jenis dan Sumber Data 43
D. Informan Penelitian..... 44
E. Teknik Pengumpulan Data..... 45

F. Metode Analisis Data 46

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT BPRS Sungai Pua Syariah 48
   1. Sejarah PT BPRS Sungai Pua Syariah 48
   2. Struktur Organisasi PT BPRS Sungai Pua Syariah 50
   3. Produk-produk PT BPRS Sungai Pua Syariah 51
B. Strategi Strategi Persaingan Dalam Mengembangkan Bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* 57
C. Kendala Kendala yang dihadapi Oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis 63
D. Hasil Analisa Penulis 65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 67
B. Saran 68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Nasabah PT BPRS Sungai Pua Syariah..... 5

Tabel 1.2Total Asset PT BPRS Sungai Pua Syariah 7

Tabel 2.1 Perbedaan *Red Ocean Strategy* dan *Blue Ocean Strategy* 21

Tabel 2.2 Enam Prinsip Dalam *Blue Ocean Strategy* 22

Tabel 4.1 Perbandingan Asset Keuangan PT BPRS Sungai Pua Syariah.... 58

DAFTAR GAMBAR

4.1 Struktur Organisasi PT. BPRS Sungai PuaSyariah.....

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan merupakan industri jasa yang penting dalam menunjang pembiayaan pembangunan, baik sebagai penghimpun dana, sebagai lembaga yang memperlancar arus uang dari masyarakat dan menuju masyarakat. Dalam hal ini, bank merupakan perantara keuangan masyarakat dan sebgaai agen pembangunan. Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.[1]

Untuk dapat bertahan dan terus berkembang tentunya industri perbankan tidak lepas dari strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang optimal. Artinya keberhasilan sebuah industri keuangan dalam memenangkan persaingan yang ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalin dengan konsumen. Hubungan baik akan tercipta bila sebuah industri keuangan mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan kepuasan konsumen. Selain itu, kepuasan pelanggan juga merupakan sumber informasi yang efektif bagi manajemen dalam melakukan

[1] Kasmir, *Etika Costumer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hal 15.

perbaikan terhadap layanannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh sebuah industri keuangan untuk memberikan kepuasan pelanggannya adalah dengan kualitas pelayanan yang baik.

Persaingan adalah tantangan yang setiap saat pasti ada kita temui dalam kegiatan apapun itu. Persaingan usaha yang semakin kompetitif seperti sekarang ini setiap usaha merangkap strategi bisnis yang kuat. jika tidak maka tidak menutup kemungkinan suatu Usaha koperasi dan lembaga keuangan lainya sulit untuk dapat bertahan hidup, apalagi mampu mengalahkan para persaing-pesaingnya. Oleh karena itu strategi merupakan bagian dari manajemen organisasi yang sangat penting untuk di perhatikan dalam sebuah usaha.[2]

Mengenai masalah persaingan dalam usaha yang sehat dan sesuai dalam Islam, maka dalam Al-qur'an pun telah dijelaskan pada QS. Al-Baqarah (2): 148 sebagai berikut:

وَلِكُلٍّ وِّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيْهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرٰتِۗ اَيْنَ مَا تَكُوْنُوْا يَأْتِ بِكُمُ اللّٰهُ جَمِيْعًاۗ اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ ١٤٨

Artinya: *"Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Dimana saja kamu berada, pasti allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh allah maha kuasa atas segala sesuatu"*.

[2] Pradigma Muhamad, *Metedeologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2008) hal 128.

Penerapan strategi oleh suatu perusahaan akan dilakukan dengan menggali potensi, memanfaatkan peluang, mengurangi kelemahaan menggunakan kekuatan dan mengeksploitasi pasar, bahkan melakukan rekayasa bisnis untuk menjadikan perusahaannya menjadi pemenang dalam persaingan bisnis tesebut, tentunya sepanjang tidak melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku.[3]

Perkembangan suatu perusahaan salah satunya ditentukan oleh bagaimana strategi yang dilakukan dalam mengelola perusahaan tersebut. Cara yang bisa digunakan dalam menghadapi persaingan industri keuangan adalah *Blue Ocean Strategy* (Samudera Biru). BOS adalah stategi bisnis yang menerapkan penguasaan ruang pasar yang tidak diperebutkan sehingga membuat persaingan menjadi tidak relevan lagi yang hanya berfokus pada inovasi. Pasar yang tidak diperebutkan tersebut menjadi *Blue Ocean* (Samudera Biru) dimana suatu organisasi bermain sendiri tanpa adanya pesaing di dalamnya. Sedangkan kondisi dimana ruang pasar saling diperebutkan oleh banyak pihak dengan cara apapun seakan-akan sampai berdarah-darah atau disebut dengan *Red Ocean* (Samudera Merah).[4]

Pendekatan dengan *Blue Ocean Strategy* menekankan pada gagasan atau kesetaraan antara nilai dan inovasi. Perpaduan antara inovasi dan nilai

---

[3] Susanto, *Manajemen Strategis*, (Jakarta:Erlangga,2014), hal 51.

[4] Imam F. Arief, *Perumusan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Pada PT Alpha Beta Charlie (ABC),* (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, Volume 5, No.5 September 2021), Hal 477.

menghendaki adanya cara yang dilakukan untuk memberikan manfaat kepada konsumen dan perusahaan. Pada dasarnya *Blue Ocean Strategy* ini bertujuan untuk membentuk suatu organisasi yang berfokus pada strategi yang mempunyai gagasan maupun inovasi baru serta menghindar dari pasar yang telah ada. Konsep tersebut baik diterapkan disebuah perusahaan yang bergerak dibidang penyedia jasa dan layanan seperti lemabaga keuangan atau perbankan yang saat ini telah banyak pesaingnya.[5]

Dengan mengaplikasikan *Blue Ocean Strategy* sehinga perbankan sanggup merancang strategi yang sesuai untuk meningkatkan jumlah costumer ataupun calon nasabah yang hendak memakai produk dari perbankan tersebut. Begitu juga halnya dengan PT BPRS Sungai Pua Syariah. *Blue Ocean Strategy* berfungsi dalam penyelenggaraan strategi dengan aksi yang dilaksanakan menggunakan kelengkapan perspektif yang ada serta mempermudah pengendalian kinerja dari seluruh perencanaan.

Berikut tabel yang menunjukkan Total Nasabah di PT BPRS Sungai Pua Syariah pada Tahun 2021-2022 adalah sebagai berikut:

[5] Imam F. Arief, *Perumusan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Pada PT Alpha Beta Charlie (ABC),……*Hal 478.

Tabel 1.1
Total Nasabah di PT BPRS Sungai Pua Syariah Tahun 2021-2022

Bulan	Total Nasabah PT BPRS Sungai Pua Syariah	Selisih	Persentase (%)
Juli	2.920	-	-
Agustus	2.948	28	1%
September	2.950	2	0,6%
Oktober	2.977	27	1%
November	2.993	16	1%
Desember	2.793	(200)	(7%)
Januari	2.824	31	1,1%
Februari	2.842	18	1%
Maret	2.880	38	1,3%
April	2.906	26	1%
Mei	2.938	32	1,1%
Juni	2.890	(48)	(2%)
Juli	2.919	29	1%
Agustus	3.017	98	3%
September	3.081	64	2%
Oktober	3.391	310	10%
November	3.431	40	1,1%

Sumber: PT BPRS Sungai Pua Syariah[6]

Jadi sesuai dengan data yang didapatkan dari pihak PT BPRS Sungai Pua Syariah mengenai total keseluruhan nasabah yang ada di PT BPRS Sungai Pua Syariah setiap bulannya, yaitu seperti yang ditunjukkan oleh data diatas terjadinya fluktuatif yaitu pada bulan Juli sampai bulan November 2021 terjadinya peningkatan jumlah nasabah pada tiap bulannya, namun pada bulan Desember 2021 terjadinya penurunan jumlah nasabah sebanyak 200 nasabah. Pada bulan Januari 2022 terjadi peningkatan jumlah nasabah sebanyak 31

[6] Denita, Hasil Observasi wawancara dari PT BPRS Sungai Pua Syariah pada kamis, 15 Desember 2022.

nasabah, sehingga jumlah nasabah pada bulan Januari 2022 sebanyak 2.824. Peningkatan jumlah nasabah ini terus terjadi sampai bulan Mei 2022 dimana jumlah nasabah di bulan Mei sebanyak 2.938 nasabah. Namun pada bulan Juni 2022 terjadi penurunan jumlah nasabah 48, sehingga jumlah nasabah pada bulan Mei sebanyak 2.890 nasabah. Pada bulan Juli 2022 jumlah nasabah meningkat sebanyak 29, jadi jumlah nasabah pada bulan Juli 2.919 nasabah. Pada bulan Agustus sampai bulan November 2022, jumlah nasabah meningkat signifikan, sehingga jumlah nasabah 3.431 nasabah. Dari jumlah tersebut dapat dilihat bahwa terjadinya fluktuatif (kenaikan dan penurunan) jumlah nasabah di PT BPRS Sungai Pua Syariah dari bulan ke bulan.

Berikut tabel yang menunjukkan Total Asset di PT BPRS Sungai Pua Syariah Tahun 2021-2022, adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Total Asset di PT BPRS Sungai Pua Syariah Tahun 2021-2022

Bulan	Jumlah Asset BPRS Sungai Pua Syariah	Selisih	Persentase (%)
Juli	16.706.700.805	-	-
Agustus	17.294.470.194	587.769.389	4%
September	17.243.511.469	(50.958.725)	(0,29%)
Oktober	17.497.503.988	253.992.519	1,4%
November	17.534.952.123	37.448.135	0,21%
Desember	17.646.999.142	112.047.019	1%
Januari	17.450.405.197	(196.593.945)	(1,1%)
Februari	17.228.273.004	(222.132.193)	(1,2%)
Maret	17.460.118.144	231.845.140	1,3%
April	17.647.841.608	187.723.464	1,07%
Mei	19.054.355.475	1.406.513.867	8%
Juni	18.709.829.511	(344.525.964)	(2%)
Juli	18.948.942.196	239.112.685	1,2%
Agustus	19.289.697.407	340.755.211	2%
September	18.946.791.136	(342.906.271)	(2%)
Oktober	19.511.647.607	564.856.471	3%
November	19.337.374.133	(174.273.474)	(1%)

Sumber: PT BPRS Sungai Pua Syariah[7]

Jadi sesuai dengan data yang didapatkan dari pihak PT BPRS Sungai Pua Syariah mengenai total keseluruhan asset yang dimiliki oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah setiap bulannya, yaitu seperti yang ditunjukkan oleh data diatas terlihat pada bulan Juli 2021 total asset sebesar 16.706.700.805, pada bulan Agustus 2021 mengalami peningkatan sebesar 4%, sehingga jumlah asset 17.294.470.194. Pada bulan September 2021, jumlah asset menurun sebesar 0,29% sehingga jumlah asset 17.243.551.469. Pada bulan Oktober

[7] Denita, Hasil Observasi wawancara dari PT BPRS Sungai Pua Syariah pada kamis, 15 Desember 2022.

2021 sampai bulan Desember 2021 terjadi peningkatan jumlah asset, maka jumlah asset sebesar 17.646.999.142. Pada bulan Januari dan bulan Februari 2022 terjadi lagi penurunan jumlah asset sebesar 1%, maka jumlah asset sebesar 17.458.273.004. Pada bulan Maret sampai bulan Mei 2022, terjadi peningkatan jumlah asset sehingga total asset sebesar 19.054.355.475, bulan Juni 2022 terjadi penurunan jumlah asset sebesar 2% sehingga jumlah asset 18.709.829.511, bulan Juli dan bulan Agustus 2022 terjadi kenaikan sebesar 2%, sehingga jumlah asset sebanyak 19.289.697.407. Pada bulan September 2022, terjadi penurunan jumlah asset sebesar 2% maka total asset 18.946.791.136, bulan Oktober 2022 terjadi kenaikan jumlah asset sebesar 3% sehingga total asset sebanayak 19.511.647.607, dan bulan November 2022 terjadi penurunan asset sebesar 1% sehingga jumlah asset sebanyak 19.637.374.133. Dari jumlah tersebut dapat dilihat bahwa terjadinya fluktuatif (kenaikan atau penurunan) jumlah asset di PT BPRS Sungai Pua Syariah dari bulan ke bulan.

Dari observasi yang penulis lakukan pada PT BPRS Sungai Pua Syariah, penerapan *Blue Ocean Strategy* oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah adalah dengan meningkatkan produk yang inovatif, menarik minat serta menjaga loyalitas nasabah terhadap PT BPRS Sungai Pua Syariah. Produk inovatif ditujukan kepada masyarakat kecil yang telah dikuasai oleh praktek-prektek ekonomi yang bertentangan dengan konsep islam. Dimana kegiatan

perekonomian masyarakat saat sekarang ini dicengkram oleh praktek rentenir yang merugikan kegiatan ekonomi masyarakat tersebut. PT BPRS Sungai Pua Syariah didirikan dengan tujuan membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Sehingga PT BPRS Sungai Pua Syariah menawarkan produk yang menarik dan inovatif yang ditujukan kepada masyarakat tersebut dengan melaksanakan kegiatan penghimpunan dana dan menyalurkannya dalam bentuk kredit.

Blue Ocean Strategy yang diterapkan oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah adalah dengan meningkatkan produk yang inovatif, menarik minat serta menjaga loyalitas nasabah. Hal inovatif yang dilakukan oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah yaitu dengan perubahan perusahaan tersebut dari bank kovensional menjadi bank syariah. dimana BPR Sungai Pua menjadi PT BPRS Sungai Pua Syariah disahkan pada tanggal 1 Juli 2021. Dimana hal ini bisa menarik minat nasabah dan menjaga loyalitas nasabah dengan tercapainya kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen yang dilakukan dengan kegiatan pemasaran.

Konsep *Blue Ocean Strategy* berpijak pada peningkatan nilai produk melalui inovasi nilai, produk dan jasa yang ditawarkan PT BPRS Sungai Pua Syariah berbeda dari bank-bank lainnya dan memiliki nilai lebih sehingga PT BPRS Sungai Pua Syariah dapat memperoleh keuntungan jangka panjang. Untuk mempertahankan posisinya, PT BPRS Sungai Pua Syariah melakukan rangkaian strategis yang tepat dan selalu mengembangkan nilai dari

produknya serta tidak pernah berhenti berinovasi. Sesuai dengan prinsip *Blue Ocean Strategy*, PT BPRS Sungai Pua Syariah memenuhi kinerja kerja empat langkah dengan menghapuskan atau menutup fasilitas maupun produk yang tidak sesuai dengan konsep syariah, mengurangi biaya administrasi dan saldo minimum, meningkatkan produk dan layanan yang sesuai dengan konsep syariah selain standar bank konvensional, dan menciptakan rasa aman dan nyaman dengan menawarkan produk syariah dalam industri perbankan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui dan mempelajari bagaimana strategi *Blue Ocean* diterapkan di BPRS Sungai Pua, maka iti diambil judul penelitian **"Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis Di PT BPRS Sungai Pua Syariah"**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka untuk menjaga agar penulisan proposal ini lebih terarah dan menghindari kemungkinan pembahasan yang menyimpang dari pokok permasalahan yang hendak ditulis, maka teridentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya fluktuatif jumlah nasabah dan jumlah asset di PT BPRS Sungai Pua Syariah
2. Tingginya tingkat pesaing dari bank lain
3. Adanya inovasi atau perubahan produk dari konvensional ke syariah

C. Batasan Masalah

Berdasarkan beberapa identifikasi masalah diatas, maka dalam hal ini, permasalahan yang dikaji perlu dibatasi. Untuk memberikan kemudahan dalam menulis agar mendapatkan hasil yang maksimal, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas, sehingga tidak keluar dari topik permasalahan yaitu membahas tentang *"Pendekatan Blue Ocean Strategy Dalam Pengembangan Bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah".*

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi persaingan dalam mengembangkan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah dengan pendekatan blue ocean strategy?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam menghadapi persaingan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka dapat diketahui tujuan penulisan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi persaingan dalam mengembangkan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah demgan pendekatan blue ocean strategi,
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah dalam menghadapi persaingan bisnis.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dan tujuan penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Bagi Penulis
   a. Memotovasi penulis agar timbulnya rasa ingin ikut serta untuk meningkatkan kualitas reputasi bank yang terdapat pada suatu perbankan syariah di masa yang akan datang.
   b. Sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program S1 Jurusan Perbankan Syariah UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, guna memperoleh gelar S. E.
   c. Menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam menetapkan teori-teori yang berhubungan dengan perbankan syariah.
   d. Untuk bahan referensi kembali jika dibutuhkan
2. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dalam pengembangan khususnya perbankan syariah. Selain itu hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi bank dalam menentukan bagaimana Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah.
3. Bagi Masyarakat

   Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan informasi dan pengetahuan, kepada masyarakat mengenai keberadaan bank syariah

indonesia sebagai salah satu lembaga keuangan yang dapat di manfaatkan oleh masyarakat.

4. Bagi Pihak Akademis

   Memberikan tambahan sumber ilmu baru yang mana masih berhubungan dengan kajian-kajian yang berkaitan dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah.

5. Bagi Kampus

   Hasil penelitian ini sebagai salah satu literatur ada perpustakaan UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dan menjadi tambahan referensi bagi pihak yang memerlukannya.

G. Penjelasan Judul

Untuk memperjelas judul dan mempertegas makna yang terkandung dalam judul ini, penulis akan lebih dahulu menjelaskan istilah-istilah yang terdapat di dalam proposal skripsi ini. Maka dari itu diperlukan adanya pembatasan arti kalimat dalam proposal skripsi ini, dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud. Penelitian yang akan dilakukan ini berjudul : **"Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah"**

Blue Ocean Strategy : *Blue Ocean Strategy* adalah stategi bisnis yang menerapkan penguasaan ruang pasar yang tidak diperebutkan sehingga membuat persaingan menjadi tidak relevan lagi yang hanya berfokus pada inovasi.[8]

Bisnis : Bisnis adalah suatu organisasi atau badan lain yang bergerak dalam kegiatan komersial, profesional, atau industri, untuk memperoleh keuntungan. Bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.[9]

BPRS : Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas

[8] Imam F. Arief, *Perumusan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Pada PT Alpha Beta Charlie (ABC),……*Hal 477.

[9] Arif Rahman Hakim dan Wardha Nilawati, *Modul Pengantar Bisnis dan Manajemen*, (Banyuwangi: Universitas 17 Agustus 1945, 2020), Hal 1.

pembayaran. BPRS berperan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi terutama bagi masyarakat.[10]

[10] Iis Nur'aisyah, dkk, *Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia*, (Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam, Desember 2020, Vol 5, No 2), Hal 118.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Blue Ocean Strategy

1. Pengertian Blue Ocean Strategy

Istilah *Blue ocean* muncul ketika Kim dan Mauborgne mencoba mendefinisikan suatu ruang pasar yang baru yang tidak ketat dengan unsur persaingan. Penyebutan *Blue Ocean* merujuk kepada industri atau pasar yang belum ada ditemukan saat ini sehingga belum sempat dijamah dalam persaingan. Permintaan dalam *Blue Ocean* diciptakan dan bukan diperebutkan, sehingga besarnya pasar dan permintaan di pasar menjadi tidak terbatas.[11]

Blue Ocean Strategy merupakan salah satu strategi bisnis dengan menciptakan permintaan dengan memanfaatkan pasar yang belum atau bahkan tidak dilirik oleh kompetitor lain untuk sejumlah konsumen yang sama. *Blue Ocean Strategy* ditandai oleh ruang pasar yang belum terjelajahi, penciptaan permintaan, dan peluang pertumbuhan yang sangat menguntungkan. *Blue ocean* kebanyakan dibuat dari area *red ocean* dengan cara memperluas batasan-batasan industri yang sudah ada. Pada strategi ini, perusahaan dapat menurunkan biaya produksi disertai dengan

[11] Samrin dan Irawan, *Formulasi Blue Ocean Strategy : Studi Kasus Kopi Gayo di Kabupaten Takengon*, (Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi, Vol 2 No 2, 2021), hal 411.

peningkatan nilai produk sehingga dapat menimbulkan inovasi nilai yang menguntungkan bagi perusahaan maupun pelanggan. Selain itu perusahaan juga dapat menerapkan strategi ini dengan menjadi pemimpin pasar dan penentu harga pasar dari produk yang dihasilkan.[12]

Blue ocean strategy merupakan strategi perusahaan yang menekankan pada penciptaan ruang pasar baru yang belum terjelajahi, penciptaan permintaan baru, dan membuat kompetisi menjadi tidak relevan. Dengan kondisi tersebut, maka perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang besar karena bersaing dalam samudera biru tanpa pesaing dan meninggalkan persaingan yang ketat (*red ocean*). Pendekatan *blue ocean strategy* dapat digunakan oleh perusahaan dari berbagai industri dan ukuran perusahaan yang berbeda dengan sedikit penyesuaian pendekatan. Dengan menggunakan *blue ocean strategy*, organisasi dapat masuk ke ruang pasar baru dimana kompetisi menjadi tidak relevan dan potensi untuk mendapatkan pertumbuhan keuntungan yang besar, sebagaimana perusahaan berinovasi untuk menjaga keberlanjutan lingkungan, masyarakat dan ekonomi.[13]

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *blue ocean strategy* adalah suatu strategi yang diterapkan perusahaan bersama dengan alat dan

---

[12] Atika Riasari, *Analisis Penerapan Blue Ocean Strategy Pada PT. Sofyan Hotels, Tbk*, (Jurnal Al-Buhuts, Volume 16 Nomor 2, Desember 2020), hal 24.

[13] Eko Tama Putra Saratian, Dkk, *Kajian Penerapan Blue Ocean Strategy Pada Pembiayaan Sindikasi Skim Musyarakah Mutanaqishah*, (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Volume 5, No. 01, Maret 2019), Hal 116.

kerangka kerjanya, untuk dapat menciptakan inovasi nilai, dimana perusahaan mampu menciptakan nilai yang baru bagi pelanggan, dan mampu menciptakan ruang pasar baru dimana tidak ada pesaing didalamnya.

Perusahaan yang menerapkan *blue ocean strategy* memahami bahwa satu satunya cara untuk memenangi persaingan adalah dengan berhenti berusaha memenangi persaingan. strategi *blue ocean* menggambarkan industri yang tidak ada sekarang. Inovasi nilai menekankan pada inovasi dan nilai. Inovasi tanpa nilai cenderung bersifat mengandalkan teknologi dan membidik sesuatu yang belum siap diterima dan dikonsumsi pembeli, sedangkan nilai tanpa inovasi cenderung berfokus pada penciptaan nilai dalam skala besar, yaitu sesuatu yang meningkatkan nilai tetapi tidak cukup untuk membuat perusahaan menonjol di pasar. Tujuan strategi *blue ocean* adalah untuk menghadapi tantangan dalam memaksimalkan peluang dan meminimalkan risiko.[14]

Menurut Kim dan Mauborgne, terdapat sembilan poin kunci dari *Blue Ocean Strategy*, antara lain:

a. *Blue Ocean Strategy* merupakan hasil studi satu dekade yang cukup lama dari 150 strategi yang sudah dijalankan oleh lebih dari 30 industri selama 100 tahun (1880-2000).

[14] Rizqiyana, *Manajemen Strategik Dalam Kajian Mpi Pada Era Pandemi Covid-19,* (Jurnal Promis, volume 2 Nomor 1 Edisi Maret 2021), Hal 48-49.

b. *Blue Ocean Strategy* merupakan usaha untuk menciptakan diferensiasi dan harga rendah secara bersamaan.
c. Tujuan *blue ocean strategy* adalah tidak untuk bergabung dalam persaingan pada industri yang sudah ada, melainkan menciptakan ruang pasar baru atau menciptakan samudra biru, dan membuat persaingan menjadi tidak relevan lagi.
d. *Blue Ocean Strategy* menawarkan satu set metodologi dan alat-alat untuk menciptakan ruang pasar baru.
e. Blue Ocean Strategy menawarkan metodologi dan proses yang sistematis dan dapat diperbaharui, dalam menciptakan suatu inovasi dari perusahaan yang sudah ada maupun perusahaan baru.
f. Kerangka kerja dan alat yang digunakan pada *blue ocean strategy* antara lain adalah: kerangka kerja empat langkah, skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan, kanvas strategi, kurva nilai, peta pioneer-migrator-settler (PMS).
g. Kerangka kerja dan alat-alat tersebut di desain secara visual tidak hanya untuk menciptakan rumusan kebijaksanaan perusahaan yang efektif, tetapi juga untuk mengeksekusi dengan efektif melalui komunikasi yang mudah.
h. *Blue Ocean Strategy* melingkupi merumuskan strategi dan mengeksekusi strategi.

i. Terdapat 3 konsep kunci dalam membangun *blue ocean strategy*, yaitu: nilai inovasi, penerapan kepemimpinan *tipping point*, dan proses yang adil.[15]

2. Blue Ocean VS Red Ocean

Digunakannya istilah *red* dan *blue ocean* adalah untuk menggambarkan warna sebuah ruang pasar. *Red ocean* adalah jenis industri yang eksis saat ini – *the known market space*. Dalam *red ocean*, batasan suatu industri termasuk aturan main sudah diketahui dan diterima. Disini perusahan mencoba berjuang mengalahkan para rival-nya untuk mengambil bagian yang paling besar dari *demand* yang sudah ada. Maka semakin penuh ruang pasarnya, prospek untuk mendapatkan profit dan pertumbuhan perusahaan pun semakin berkurang. Akhirnya sebuah produk pun hanya menjadi barang komoditas, dan kompetisi berubah menjadi autan darah yang merah.

Sebaliknya *blue ocean*, merupakan jenis industri yang tidak eksis pada saat ini – *the unknown market space*, dimana tidak dicemari oleh kompetisi. Dalam *blue ocean*, permintaan diciptakan. Disini ada kesempatan untuk tumbuh cepat dan berkembang dalam mendapatkan profit. Dalam *blue ocean*, kompetisi menjadi tidak relevan karena aturan mainnya sedang dalam proses pembuatan. *Blue ocean* adalah sebuah

[15] Tavallaee, *The Blue Ocean Strategy as Revolutionary in the Field of Strategic Management,* (Journal of Human Development, 2010),Vol 2 No 4, hal 62.

analogi untuk menggambarkan luas dan dalamnya ruang pasar yang potensial yang belum dikaji lebih dalam. Seperti halnya samudra ”biru” yang tidak tersentuh, luas dan dalam, yaitu dalam hal perkembangan profit.[16]

Strategi *blue ocean* menyediakan pendekatan yang sistematis dalam memecahkan masalah kompetisi berdarah pada *red ocean* dan membuat kompetisi menjadi tidak relevan dengan merekonstruksi batasan market untuk menciptakan langkah yang bernilai bagi perusahaan dan konsumennya. Daripada bersaing didalam industri yang sudah ada, strategi *blue ocean* melengkapi lembaga dengan kerangka kerja dan alat-alat analisa untuk menciptakan *blue ocean* sendiri yang belum pernah dimainkan selama ini. Strategi *red ocean* fokus terhadap perusahaan sebagai sumber nyata dalam menciptakan inovasi, sedangkan strategi *blue ocean* fokus kepada langkah strategis yang merupakan sumber dari sebuah inovasi. Langkah strategis (*strategic move*) adalah suatu set aksi dan keputusan manajerial untuk membuat market yang besar dalam menciptakan penawaran.

Blue Ocean Strategy pada dasarnya merupakan sebuah siasat untuk mengalahkan pesaing melalui tawaran fitur produk yang inovatif, dan selama ini diabaikan oleh para pesaing. Fitur produk ini biasanya juga

[16] Rostami, A, Ehteshami Akbari, *The Blue Ocean Strategy*, (Journal Research Tadbir Management, Vol 2 No.23, 2011), hal 46-48.

berbeda secara radikal dengan yang selama ini sudah ada di pasar. Hal ini tentu berbeda dengan *Red Ocean* (samudera merah), di mana semua kompetitor memberikan tawaran fitur produk yang seragam, sama, dan semua saling memperebutkan pasar yang juga sama, maka yang sering terjadi adalah pertarungan yang berdarah-darah, dikarenakan arena persaingan diperebutkan oleh para pemain yang menawarkan keseragaman produk dan pendekatan yang sama.

Esensi dari strategi *Blue Ocean* (samudera biru) adalah mengidentifikasi dan mencari potensi dan hal yang baru berupa gagasan atau inovasi yang akan diterapkan ke pasar baru yang masih belum disadari oleh pemain lain, dengan demikian suatu perusahaan bisa melenggang sendirian menguasai pasar itu sebelum para pemain lain menyadarinya agar menghindarkan dari persaingan berdarah-darah (Samudera Merah).

Berikut perbedaan antara *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* yaitu sebagai berikut:[17]

[17] Rizqiyana, *Manajemen Strategik Dalam Kajian Mpi Pada Era Pandemi Covid-19*,Hal 50.

Tabel 2.1
Perbedaan Red Ocean Strategy dan Blue Ocean Strategy

Red Ocean Strategy	Blue Ocean Strategy
Bersaing dalam ruang pasar yang sudah ada	Menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya
Memenangi kompetisi	Menjadikan kompetisi tidak relevan
Mengeksploitasi permintaan yang ada	Menciptakan Inovasi dan menangkap permintaan baru
Memilih antara nilai-biaya (*value-cost trade-off*)	Mendobrak pertukaran nilai-biaya
Memadukan keseluruhan sistem kegiatan perusahaan dengan pilihan strategis antara diferensiasi atau biaya rendah.	Memadukan keseluruhan sistem kegiatan perusahaan dalam mengejar diferensiasi dan biaya rendah.

3. Prinsip-prinip Dalam *Blue Ocean Strategy*

Blue Ocean Strategy (BOS) memiliki enam prinsip yang mendorong kesuksesan dalam penerapan dan pelaksanaannya. Prinsip yang ada dalam BOS ini dibagi menjadi dua, yaitu empat prinsip dalam perumusan strategi dan dua prinsip menjadi eksekusi pelaksanaan. Berikut merupakan 6 prinsip dalam BOS dan faktor resiko yang ditangani oleh setiap prinsip, yaitu sebagai berikut:[18]

Tabel 2.2

[18] W. Chan Kim dan Renee Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*, (Jakarta : Serambi, 2005), Hal 42

Enam Prinsip Dalam *Blue Ocean Strategy*

Prinsip Perumusan Strategi	**Faktor Resiko Yang Ditangani Oleh Setiap Prinsip**
Merekonstruksikan batasan-batasan pasar	Resiko Pencarian
Fokus pada gambaran besar, bukan pada angka	Resiko Perencanaan
Menjangkau dan melampaui permintaan yang ada	Resiko Skala
Melakukan rangkaian strategis dengan tepat	Resiko Model Bisnis
Prinsip Eksekusi Pelaksanaan	**Faktor Resiko Yang Ditangani Oleh Setiap Prinsip**
Mengatasi hambatan-hambatan utama dalam organisasi	Resiko Organisasi
Mengintegrasikan eksekusi kedalam strategi	Resiko Manajemen

4. Konsep *Blue Ocean Strategy*

Strategi ini menantang perusahaan untuk keluar dari persaingan dengan cara menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya, dengan kompetisi pun tidak menjadi relevan. *Blue Ocean Strategy* mengikuti logika strategis yang disebut inovasi nilai. Inovasi nilai memberikan penekanan setara pada nilai dan inovasi. Inovasi nilai terjadi hanya ketika perusahaan memadukan inovasi dengan utilitas, harga dan posisi biaya. Inovasi nilai diciptakan dalam wilayah dimana tindakan perusahaan secara positif mempengaruhi struktur biaya dan tawaran nilai bagi pembeli. Penghematan biaya dilakukan dengan menghilangkan dan mengurangi faktor-faktor yang menjadi titik persaingan dalam industri.[19]

[19] W. Chan Kim dan Renee Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*,…… hal 36-37.

Menciptakan Samudera Biru adalah bagaimana menekan biaya dan meningkatkan nilai bagi pembeli. Nilai pembeli berasal dari utilitas dan harga yang ditawarkan perusahaan kepada pembeli. Nilai perusahaan dihasilkan dari harga dan struktur biaya. Inovasi nilai tercapai hanya ketika keseluruhan sistem kegiatan utilitas, harga, dan biaya perusahaan terpadu dengan tepat. Pendekatan keseluruhan sistem ini yang menjadikan penciptaan Samudera Biru sebagai sebuah strategi berkesinambungan. Oleh karena itu, *Blue Ocean Strategy* (Samudra Biru) memerlukan kerangka kerja analitis untuk menciptakan Samudra Biru dan prinsip-prinsip untuk mengelola resiko secara efektif. Kerangka kerja analitis tersebut adalah:

a. Kanvas Strategi

Kanvas Strategi adalah kerangka aksi sekaligus diagnosis untuk membangun strategi Samudra Biru yang baik. Kanvas strategi berfungsi untuk merangkum situasi terkini dalam ruang pasar yang sudah dikenal. Kanvas strategi ini akan memberikan sebuah peta untuk memahami faktor-faktor apa yang menjadi ajang persaingan. Terdapat empat tahap dalam membuat kanvas strategi :

1) Menganalisis faktor-faktor yang dijadikan sebagai ajang kompetisi. Didalam sebuah industri terdapat beberapa faktor utama

yang menjadi ajang kompetisi yang perlu diperhatikan, antara lain:[20]

a) Harga adalah faktor yang menjadi perhatian yang penting di seluruh industri apapun.
b) Batas Waktu Penyelesaian adalah batas waktu sebuah perusahaan dalam menyelesaikan order yang diberikan kepada konsumen kepadanya. Semua perusahaan pastilah memiliki tenggat waktu yang merupakan kesepakatan antara perusahaan dengan konsumen.
c) Kualitas Hasil Produksi, faktor ini sangat penting dalam semua industri agar dapat bertahan dalam persaingan yang ada di antara perusahaan-perusahaan sejenis. Kualitas hasil produksi ini dapat dilihat dari kesesuaian desain yang di minta dengan realisasi hasil, kesesuaian material bahan, dan ketepatan waktu dalam pengerjaan.
d) Kelengkapan Peralatan, sebuah perusahaan yang memiliki peralatan yang lengkap pasti akan dipilih oleh konsumen karena konsumen berasumsi dengan peralatan yang lengkap maka perusahaan dapat memproduksi produk pesanannya

[20] W. Chan Kim dan Renee Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*,…… hal 47.

dengan efektif, efisien, dan menghasilkan produk dengan kualitas yang baik.

e) Pelayanan Kepada Konsumen, perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen akan menjadi nilai plus dan akan lebih banyak dipilih oleh konsumen baru ataupun konsumen lama agar setia menggunakan jasa perusahaan.

2) Menggambar sumbu horizontal yang mewakili faktor-faktor tersebut.
3) Merangkum tingkat penawaran yang didapatkan oleh pembeli di semua faktor utama kompetisi pada sumbu vertikal.
4) Menggambar kurva nilai.

Adapun cara membaca nilai dalam *Canvas Strategy* dijelaskan sebagai berikut :[21]

1) Bila kurva nilai memenuhi tiga kriteria yang mendefinisikan strategi *Blue Ocean Strategy* (Samudra Biru) yaitu fokus, divergensi, dan mempunyai motto/tagline maka hal ini menunjukkan perusahaan berada di Samudra Biru.

[21] W. Chan Kim dan Renee Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*,…… hal 48-49.

2) Bila kurva nilai suatu perusahaan bertemu dengan kurva nilai pesaingnya, menunjukkan bahwa perusahaan terperangkap dalam kompetisi *Red Ocean* (Samudra Merah).
3) Bila kurva nilai menunjukkan tingkat nilai yang tinggi dalam semua faktor, maka harus dipertanyakan apakah pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan mencerminkan investasi. Jika tidak, berarti perusahaan mungkin memberikan pasokan berlebih atau memberikan penawaran terlalu banyak kepada pelanggannya.
4) Jika kurva nilai suatu perusahaan terlihat tanpa pola yang jelas, dimana penawaran bisa digambarkan sebagai "naik-turun-naik-turun", maka menunjukkan perusahaan tidak mempunyai strategi yang koheren.

Tiga ciri strategi yang baik sebagaimana ditunjukan oleh kanvas strategi, kurva nilai memiliki tiga kualitas yang saling melengkapi seperti berikut:

1) Fokus, setiap strategi yang hebat memiliki fokus dan suatu profil strategis atau kurva nilai perusahaan harus jelas dengan jelas menunjukan dari fokus tersebut.
2) Divergensi (Gerak Menjauh), dengan menciptakan empat langkah kurangi, hilangkan, tambahkan, dan ciptakan. Strategi ini membedakan profil mereka dari profil umum sebuah industri.

Sebelum dilakukan gerakan divergensi terdapat strategi awal dari perusahaan tersebut dengan hasil/keadaan nyatanya di perusahaan. Setelah itu dilakukan gerakan menjauh untuk membedakan profil perusahaan dengan profil umum sebuah industri. Kemudian selanjunya dilakukan penentuan strategi akhir pada perusahaan.

3) Motto yang memikat merupakan sebuah strategi yang baik memiliki moto yang jelas dan memikat.[22]

b. Kerangka Kerja Empat Langkah

Kerangka Kerja Empat Langkah (*Four Actions Framework*) dikembangkan untuk merekonstruksi elemen-elemen nilai pembeli dalam membuat kurva nilai baru. Dapat diartikan juga bahwa Kerangka Kerja Empat Langkah merupakan alat untuk memperoleh *big value* berbasis *lower cost* dan merekonstruksi elemen-elemen pembeli dalam membuat kurva nilai baru. Untuk itu, ada empat pertanyaan kunci untuk membuat suatu kurva nilai baru :

1) Faktor apa saja yang harus "dihapuskan" dari faktor-faktor yang telah diterima begitu saja oleh perusahaan?
2) Faktor apa saja yang harus "dikurangi" hingga dibawah standar kerja?

[22] W. Chan Kim dan Renee Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*,…… hal 65-66.

3) Faktor apa saja yang harus "ditingkatkan" hingga diatas standar kerja?
4) Faktor apa saja yang belum pernah ditawarkan oleh perusahaan yang sehingga perlu untuk "diciptakan"?[23]

Pertanyaan-pertanyaan diatas akan memberikan masukan baru untuk menciptakan sebuah kurva nilai yang baru. Untuk merekonstruksi faktor-faktor nilai pembeli dalam membuat kurva nilai baru maka dibutuhkan kerangka kerja empat langkah. Empat langkah tersebut yaitu :

1) Hapuskan (*Eliminate*)

   Perusahaan berusaha menghilangkan apa saja faktor-faktor yang dianggap umum dan diterima begitu saja oleh industri. Faktor dapat dihapus karena faktor tersebut tidak lagi memiliki nilai yang baik atau bahkan dapat mengurangi nilai.

2) Kurangi (*Reduce*)

   Perusahaan mengurangi jumlah investasi pada faktor-faktor yang tidak memberikan manfaat bagi konsumen hingga di bawah standar industri.

3) Tingkatkan (*Raise*)

[23] W. Chan Kim dan Renee Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*,…… hal 52-53.

Perusahaan meningkatkan investasi kepada faktor-faktor persaingan yang memberikan manfaat yang baik bagi konsumen hingga di atas standar industri.

4) Ciptakan (*Create*)

Perusahaan menciptakan faktor yang sebelumnya belum pernah ditawarkan dalam sebuah persaingan industri. Dengan menciptakan faktor yang baru maka perusahaan memberikan manfaat baru bagi konsumen dan non konsumen sehingga menciptakan permintaan yang baru dan dapat menentukan haga yang strategis di sebuah industri.

c. Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

Skema ini adalah alat analisis pelengkap bagi kerangka kerja empat langkah. Skema ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya menanyakan empat pertanyaan dalam kerangka kerja empat langkah, tetapi mengimplementasikan keempat pernyataan tersebut untuk menciptakan suatu kurva nilai baru.[24]

B. Manajemen Strategis

Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis terfokus

[24] W. Chan Kim dan Renee Mauborgne, *Blue Ocean Strategy: Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*,…… hal 60.

pada upaya memadukan manajemen, pemasaran, keuangan/akutansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Manajemen strategi adalah proses yang berkesinambungan dimulai dari perumusan strategi, dilanjutkan dengan pelaksanaan kemudian bergerak ke arah suatu peninjauan kembali dan penyempurnaan strategi tersebut, karena keadaan di dalam dan di luar perusahaan atau organisasi yang selalu berubah.[25]

Manajemen strategi yaitu adalah ilmu dan kiat tentang perumusan (*formulating*), pelaksanaan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*). Keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi manajemen yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan masa depan secara efektif dan efisien. Manajemen strategis dapat didefenisikan sebagai seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya. Tujuan manajemen strategis adalah mengeksploitasi serta menciptakan berbagai peluang baru dan berbeda untuk perencanaan jangka panjang dan berusaha untuk mengoptimalkan tren-tren saat ini untuk mengoptimalkan proses yang akan terjadi di masa yang akan datang. Manfaat utama dari manajemen strategi adalah membantu organisasi merumuskan strategi yang lebih baik melalui penggunaan pendekatan terhadap pilihan strategi yang lebih

[25] Imam F. Arief, *Perumusan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Pada PT Alpha Beta Charlie (ABC……*Hal 477.

sistematis, logis, dan rasional. Proses manajemen strategis terdiri atas tiga tahap, yaitu: Formulasi Strategi, Implementasi Strategi, dan Evaluasi Strategi.

Praktek-praktek dalam pengembangan strategi bisnis seharusnya dilakukan sesuai dengan ajaran islam yang telah ditentukan. Oleh karena itu, ajaran islam yang mendasari cara mengembangkan bisnis menurut syariah, diantaranya yaitu:

1. Niat yang baik, merupakan pondasi dari amal perbuatan, jika niatnya baik dalam bisnis maka amalnya juga baik, sebaliknya jika niatnya rusak, maka amalnya juga rusak.
2. Memiliki akhlak yang baik, Dalam menempati posisi seseorang yang berakhlak dalam membangun ekonomi Islam haruslah menjadi tujuan Islam dan dakwah para nabi, yaitu untuk menyempurnakan akhlak. Beberapa akhlak dasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha muslim antara lain:
    a. Jujur
    b. Amanah
    c. Toleran
    d. Menepati janji
3. Percaya kepada takdir dan ridha Allah. Seorang wirausaha muslim wajib mengimani atau percaya pada takdir, baik atau buruk. Tidak sempurna keimanan seseorang tanpa mengimani takdir Allah. Hal ini juga disebut

dengan nilai tauhid yang menyatakan terhadap keyakinan kepada Allah SWT. sebagai pemberi pemberi dan pembuat aturan untuk kemaslahatan kehidupan manusia, hal ini diatur dalam Q.S. Ar-Rum (30): 30.

4. Bersyukur. Wirausaha muslim adalah wirausaha yang selalu bersyukur kepada Allah. Bersyukur merupakan konsekuensi logis dari bentuk rasa terimakasih kita atas nikmat- nikmat yang sudah Allah berikan selama ini.
5. Kerja sebagai ibadah. Islam memposisikan bekerja sebagai kewajiban kedua setelah sholat. Oleh karena itu apabila dilakukan dengan ikhlas, maka bekerja bernilai ibadah dan mendapat pahala.
6. Menjaga aturan syari'ah. Islam memberikan keleluasaan kepada kita untuk menjalankan usaha ekonomi, perdagangan atau bisnis apapun sepanjang bisnis (perdagangan) itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariah Islam. Larangan moral bisnis yang harus dihindari yaitu sebagai berikut:
    a. Maysir, yaitu sesuatu yang mengandung unsur judi. Syara' telah melarang perjudian dengan tegas, bahkan syara' memandang bahwa harta yang dikembangkan dengan jalan perjudian bukanlah termasuk hal milik Allah SWT. Landasan pelarangan maysir berdasarkan firman Allah SWT QS. Al-Maidah (5): 90-91

    يَاأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ. إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ

"Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah , adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. Sesungguhnya syaitan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran (meminum) khamar dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang; Maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu)."

b. Asusila (Zalim), yaitu tindakan melampaui batas kebenaran dan cenderung kepada kebatilan.[26]

c. Gharar, yaitu suatu penampilan yang menimbulkan kerusakan atau sesuatu yang tampaknya menyenangkan, namun dalam realitasnya justru memunculkan kebencian. Landasan pelarangan gharar berdasarkan firman Allah SWT QS. Al-Baqarah (2): 188

وَلَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوْا بِهَآ اِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْقًا مِّنْ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْاِثْمِ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

"Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat

[26] Irfan, *Konsep Al-Zulm Dalam Al-Qur'an (Suatu Kajian Tafsir Tematik),* (Jurnal Ilmu Alquran dan Tafsir Vol. 2 No. 1 April-September, 2019), Hal 304.

memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui."[27]

d. Riba, yaitu setiap penambahan yang diambil tanpa adanya satu transaksi pengganti. Larangan riba terdapat dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah (2): 278

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبٰٓوا اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ٢٧٨

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman".

Demikian juga hadis mengenai larangan riba di antaranya hadis yang diriwayatkan oleh Muslim, bahwa Rasulullah saw bersabda: *"Janganlah kamu sekalian menjual emas dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, kurma dengan kurma, jelai dengan jelai, garam dengan garam kecuali sejenis, bertatap muka, dan saling menerima"* (HR. Muslim).[28]

e. Ikhtikar, yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan kebutuhan umat islam. Kebutuhan ini adalah segala hal yang menyebabkan keresahan atau kelangkaan dan bukan hanya kebutuhan pokok saja. Hal ini terdapat dalam hadis Nabi Saw: *Barang siapa yang menimbun barang*

---

[27] Evan Hamzah Muchtar, *Muamalah Terlarang: Maysir Dan Gharar*, (Jurnal Asy-Syukriyyah, Vol. 18 Edisi Oktober 2017), Hal 85.

[28] Mar'atun Shalihah, *Pengembangan Sistem Bisnis Berbasis Syariah Untuk Mendukung Strategi Pengembangan Yang Sustainable,* (Jurnal Ekonomi Islam, Vol. X No. 2, Desember 2014), Hal 139.

dengan tujuan membuat kesusahan bagi muslimin maka dia tercela. (HR. Ahmad).[29]

f. Batil, yaitu segala perkara yang diharamkan Allah SWT atau tidak ada haknya. Hal ini terdapat dalam QS. An-Nisa (4): 29

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۣ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

"Hai orang-orang yang beriman, Jangan kamu memakan harta-harta saudaramu dengan cara yang batil, kecuali harta itu diperoleh dengan jalan dagang yang ada saling kerelaan dari antara kamu. Dan jangan kamu membunuh diri-diri kamu, karena sesungguhnya Allah Maha Pengasih kepadamu".[30]

7. Bersikap rendah hati dan menghindari kesombongan. Siapapun yang bergaul dengan kita-sebagai pembeli, pegawai, pemberi kerja, dan sebagainya tidak menyukai orang yang sombong karena ketika disombongi, ia akan merasa direndahkan harga-dirinya.
8. Selalu tepat waktu karena terlatih dalam shalat. Kedisiplinan akan membuat kita selalu memperhitungkan waktu untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.[31]

---

[29] Moch. Bukhori Muslim, *Ihtikâr Dan Dampaknya Terhadap Dunia Ekonomi*, (Al-Iqtishad: Vol. IV, No. 1, Januari 2012), Hal 70.

[30] Taufiq, *Memakan Harta Secara Batil (Perspektif Surat An-Nisa: 29 dan At-Taubah: 34)*, (Jurnal Ilmiah Syari'ah, Volume 17, Nomor 2, Juli-Desember 2018), Hal 249.

[31] Hilma Yuniar Widya Ningrum, Deden Gandana Madjakusumah, *Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Persfektif Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Home Industry*

Dari uraian diatas penulis dapat merumuskan bahwa manajemen strategi adalah usaha manajemen dalam meningkatkan potensi perusahaan ataupun kapabilitas yang ada di dalam perusahaan dan menyusunya menjadi berbagai macam rangkaian cara untuk memajukan perusahaan dengan melihat potensi yang ada didalamnya.

C. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Pembiayaaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syariah telah mengatur secara khusus eksistensi Bank Syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut melengkapi dan menyempurnakan UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang belum spesifik sehingga perlu diatur khusus dalam Undang-Undang tersendiri. Menurut Pasal 18 UU No. 21 Tahun 2008, Bank Syariah terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.[32]

Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 tentang ketentuan umum dikatakan bahwa pengertian dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank

---

Amanah Jaya Mandiri di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay, (Jurnal Riset Perbankan Syariah: Unisba Press, vol 1 no 1, Juli 2022), Hal 30-31.

[32] Temmy Wijaya, *Urgensi Pemerintah Kabupaten/Kota Mendirikan BRS Syariah*, (Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan 3 (2) 2019), hal 1.

syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS berperan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi terutama bagi masyarakat ekonomi mikro, kecil, dan menengah dengan sasaran utamanya adalah masyarakat yang berada di pedesaan.[33]

Ada beberapa tujuan yang diharapkan dari pendirian BPR Syariah di dalam perekonomian khususnya di daerah (Kabupaten / Kota), yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan.
2. Menambah lapangan kerja, terutama ditingkat kecamatan sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.
3. Membina semangat ukhuwah Islamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadai.
4. Untuk mempercepat perputaran aktivitas perekonomian khususnya sektor riil di daerah.[34]

Berdasarkan pernyataan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan

[33] Iis Nur'aisyah, dkk, *Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia*,……..Hal 118.

[34] Temmy Wijaya, *Urgensi Pemerintah Kabupaten/Kota Mendirikan BRS Syariah,……*.hal 1.

usahanya berdasarkan prinsip syariah, untuk melayani masyarakat ekonomi lemah dan pengusaha kecil, baik di pedesaan ataupun di perkotaan.

D. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini, peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.3
Kajian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Kesimpulan
1.	S. Ehsan Mirrahimi (2013)	*Blue Ocean Strategy* Sebagai Revolusi Bidang Strategi Manajemen	Hasil dari pendekatan ini, memperkenalkan seperangkat prinsip, alat analisis, dan kerangka kerja yang menjelaskan cara menghadapi pasar kompetitif secara sistematis dan pemikiran strategis berdasarkan ras. *Blue ocean* telah menciptakan sebuah proses yang dinamis dan segera setelah sebuah perusahan menciptakan *blue ocean* dan implikasinya menjadi jelas. Secara umum dapat dikatakan bahwa konsep *blue ocean* menawarkan strategi dan pendekatan sistematis kepada lembaga persaingan dan perusahaan di bidang manufaktur dan jasa.[35]
2.	Diana Andriani	Pendekatan Blue Ocean Strategy	Rancangan strategi yang baru, menunjukkan bahwa apotek K24

[35] S. Ehsan Mirrahimi, Blue Ocean Strategy Sebagai Revolusi Bidang Strategi Manajemen, (Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business, Vol 4, No 9 Januari, 2013), Hal 41.

	(2014)	untuk Meningkatkan Strategi Pelayanan Obat di Apotek K-24 (Studi Kasus Apotek K-24 Antapani)	telah melakukan strategi samudera biru dan memiliki 3 ciri strategi yang baik yaitu : (1) Fokus : pada kelengkapan obat dalam pelayanan 24 jam untuk konsumen, pengetahuan staf tentang obat, dan peningkatan kompetensi apoteker. (2) Divergensi : yaitu melakukan pelayanan yang unik ini belum pernah ditawarkan kepada konsumen, (3) Moto yang menarik : yaitu "Hanya Menjual Obat Asli", artinya apotek K-24 hanya menjual obat asli yang bermanfaat bagi masyarakat dalam rangka menghalangi peredaran obat palsu.[36]
3.	Atika Riasari (2020)	Analisis Penerapan *Blue Ocean Strategy* Pada PT. Sofyan Hotels, Tbk	Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsep hotel syariah yang diterapkan oleh Sofyan Hotels sesuai dengan prinsip strategi *blue ocean* serta efektif menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dan efektif untuk memenangkan persaingan pada saat ini.[37]
4.	Edi Suandi, dkk (2020)	Hubungan Antara *Blue Ocean Strategy*, Perilaku Konsumen, dan Kinerja Perbankan Syariah	Penelitian ini berkontribusi pada literatur tentang peran *Blue Ocean strategy* dalam konteks perbakan. Adanya pengaruh *Blue Ocean Strategy* terhadap perilaku nasabah dan dampaknya terhadap persepsi kinerja perbankan syariah. Oleh karena itu, untuk kinerja, bank syariah harus memiliki BOS

[36] Diana Andriani, *Pendekatan Blue Ocean Strategy untuk Meningkatkan Strategi Pelayanan Obat di Apotek K-24 (Studi Kasus Apotek K-24 Antapani),* (JAMIKA: Jurnal Manajemen Informatika UNIKOM, Vol 1 No 5, 2014), Hal 15.

[37] Atika Riasari, *Analisis Penerapan Blue Ocean Strategy Pada PT. Sofyan Hotels, Tbk*, (Jurnal Al-Buhuts: Vol 16, No 2, Desember 2020), Hal 32.

			yang dilakukan secara sadar dan sistematis yang diarahkan kepada nasabah baru dan lama.[38]
5.	Imam F Arif (2021)	Perumusan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Pada PT Alpha Beta Charlie (ABC)	Berdasarkan hasil dari proses Sintesis Strategi BOS Blue Ocean Strategy PT Alpha Beta Charlie, didapat kesimpulan bahwa New Proposed Strategy yang akan diusulkan kepada PT Alpha Beta Charlie. Setelah dilakukan verifikasi dengan menggunakan Blue Ocean Idea Index (BOI Index), diperoleh kesimpulan bahwa seluruh item pada Proposed Strategy berhasil memenuhi kriteria untuk dikatakan sebagai Blue Ocean Strategy.[39]
6.	Ulvi Pratiwisari (2017)	Pendekatan Blue Ocean Strategy Terhadap Kualitas Pelayanan Di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Sambas	Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh dari hasil kanvas strategi bahwa rancangan strategi yang baru telah memenuhi kriteria dari Blue Ocean Strategy yaitu : fokus kepada disiplin petugas, kecanggihan alat, kemudahan proses, respon, tanggapan, ramah dan kesopanan dan perlakuan adil. Divergensi kepada harga, keamanan, Bahasa, kejelasan biaya, lahan hijau, penampilan, kecermatan dan keandalan, kecermatan, ketepatan dan menghargai pasien dan motto yang memikat

[38] Edi Suandi, dkk, *Hubungan Antara Blue Ocean Strategy, Perilaku Konsumen, dan Kinerja Perbankan Syariah*, (Jurnal IPTEKS Terapan, Vol 4, No 2, Juli 2020), Hal 68.

[39] Imam F Arif, *Perumusan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Pada PT Alpha Beta Charlie (ABC),……*Hal 481.

			yaitu "cepat, tepat, ramah dan sehat".[40]

Berdasarkan kajian terdahulu diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa *blue ocean strategy* marupakan tulang punggung dari perkembangan dan pertumbuhan suatu bisnis yang memaksa sebuah perusahaan untuk mengancurkan persaingan berdarah (*red ocean*), untuk bisa menciptakan ruang pasar yang kompetitif. Blue ocean strategy dianggap sebagai penciptaan ruang pasar baru yang tidak terbantahkan oleh perusahaan lain karena menciptakan lebih banyak kepuasaan pelanggan dan meningkatkan profitabilitas melalui pangsa pasar. Kajian mengenai "Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis Di PT BPRS Sungai Pua Syariah" tentu saja berbeda dengan kajian terdahulu yang telah dibahas diatas. Dalam kajian ini peneliti akan membahas tentang bagaimana sebuah bank yang dahulunya beroperasi secara konvensional, namun dengan adanya strategi *blue ocean* berubah menjadi bank syariah. Dimana untuk meningkatkan perkembangan bisnis pada kualitas layanan dan produk yang ada di sebuah industri perbankan syariah yaitu PT BPRS Sungai Pua Syariah.

[40] Ulvi Pratiwisari, *Pendekatan Blue Ocean Strategy Terhadap Kualitas Pelayanan Di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Sambas*, (Jurnal TIN: Universitas Tanjungpura, 2017), Hal 29.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral.[41] Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang menjelaskan apakah dalam penerapan konsep syariah pada industri perbankan yang diterapkan oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah sesuai dengan *Blue Ocean Strategy* tersebut.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT BPRS Sungai Pua Syariah, Agam, Sumatera Barat. Peneitian ini dilakukan dari bulan November 2022 hingga bulan April 2023.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data subjek. Data subjek merupakan jenis data penelitian berupa opini, sikap, pengalaman.

[41] Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), Hal 7.

dan karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan:

a. Data primer, merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dengan informasi kunci dan informasi pendukung yaitu karyawan PT BPRS Sungai Pua Syariah.
b. Data Sekunder, merupakan data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik.[42]

D. Informan Penelitian

Berdasarkan observasi yang dilakukan, peneliti mendeskripsikan subjek penelitian bahasan sebagai pelaku bahasan yang merupakan sasaran pengamatan atau informasi pada suatu penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Subjek penelitian ini menjadi informan yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Dalam penelitian ini informannya yaitu karyawan dari PT BPRS Sungai Pua Syariah, yang akan memberikan informasi mengenai bahasan yang akan diteliti oleh penulis.

E. Teknik Pengumpulan data

[42] Mulyadi, *Sistem Informasi Akuntansi, Edisi 4*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), Hal 144.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Penelitian dilakukan dengan teknik dan instrument pengumpulan bahan yang menggunakan:

a. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan dari peneliti terhadap objek penelitiannya. Pelaksanaan teknik ini dilakukan dengan cara peneliti melakukan observasi yang meliputi catatan, kondisi fisik, dan proses fisik.

b. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber yang diwawancarai untuk mendapatkan informasi mengenai suatu hal. Dalam pengumpulan data melalui wawancara, penulis langsung mengadakan wawancara dengan karyawan PT BPRS Sungai Pua Syariah melalui tanya jawab secara langsung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya (buku).[43] Metode ini digunakan sebagai

[43] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal 240.

informasi berupa sejarah singkat PT BPRS Sungai Pua Syariah, Visi dan Misi, Struktur Organisasi dan lainnya yang mendukung kelengkapan data penelitian.

F. Metode Analisis Data

Penelitian ini mengunakan metode analisa data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, mereka mengemukakan aktifitas dan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas dan datanya jenuh. Aktivitas itu adalah :

a. Reduktif Data (*Data Reduction*)

Reduktif data adalah analisa data yang dilakukan dengan memilih hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polannya. Data yang diperoleh dilapangan ditulis atau diketik dalam uraian atau laporan terperinci.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchard* dan sejenisnya.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclussion Drawing/Verifcation*)

Dari data yang diperoleh, kemudian dikategorikan, dicari tema dan polanya kemudian ditariklah sebuah kesimpulan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya.[44]

[44] Roby Yudho Wibowo dan Suryatin, *Analisis Sistem Pengendalian Internal Dalam Proses Penerimaan Kas Pada Toko Indomarco Prismatama Desa Margajaya*, (Jurnal Studia: Akuntansi dan Bisnis, Vol 5, No 2, 2017), Hal 105.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT BPRS Sungai Pua Syariah

1. Sejarah PT BPRS Sungai Pua Syariah

PT BPRS Sungai Pua Syariah Merupakan salah satu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yang terletak di Kabupaten Agam. BPRS ini adalah bank yang melayani kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. PT. BPRS Sungai PuaSyariah menawarkan layanan simpan deposito berjangka atau tabungan, kredit dan pinjaman, pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah.

Berdasarkan UU Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 memberikan kejelasan tentang status lembaga-lembaga yang telah berkembang di lingkungan masyarakat Indonesia, serta masih diperlukan oleh masyarakat, maka keberadaan lembaga tersebut diakui. tersebut. Untuk menjamin kesatuan dan keseragaman dalam pembinaan dan pengawasan.

Maka persayaratan dan tata cara pemberian status lembaga-lembaga tersebut di tetapkan dengan peraturan pemerintah PT BPRS Sungai Pua Syariah didirikan dengan tujuan membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Untuk mencapai

tujuan tersebut bank melaksanakan kegiatan penghimpunan dana dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan.[45]

BPR Sungai Pua menjadi BPR Syariah Sungai Pua di sahkannya Pada tanggal 1 Juli 2021. Kepastian konversi ini dituangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan melalui Surat Keputusan Nomor KEP-75/D.03/2021 tertanggal 25 Mei 2021 BPR Sungai Pua. Sebelum konversi menjadi BPRS terpantau kinerjanya terbilang bagus. BPR yang berkantor pusat disentra ekonomi Nagari Sungai Puar, Kabupaten Agam ini juga terlihat mampu konsisten bertumbuh total asset dan kualitas usahanya semenjak tiga tahun terakhir. Per 31 Desember 2020 tercatat total *asset*-nya sebanyak Rp 16,76 miliar.

PT. BPRS Sungai PuaSyariah pada awalnya merupakan PT BPR Sungai Puar yang pendiriannya berdasarkan Akta Nomor 8 Tanggal 05 Juli 1990 dan diubah dengan Akta Nomor 19 Tanggal 09 Agustus 1990 keduanya dibuat oleh dan dihadapan Muchlis Munir, Sarjana Hukum pada waktu itu Notaris di Bandung dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan surat keputusannya Tanggal 14 Agustus 1990 Nomor C2-4761.HT.01.01.TH.90 yang izin usahanya dikeluarkan oleh Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor : Kep-521/KM,13/1990 Tanggal 25 Oktober 1990 yang berkedudukan di Balai Panjang Desa Tangah Koto Kecamatan Banuhampu/Sungai Pua, Kabupaten Agam Sumatera Barat.

[45] Data di PT BPRS Sungai Pua Syariah, 28 Februari 2023.

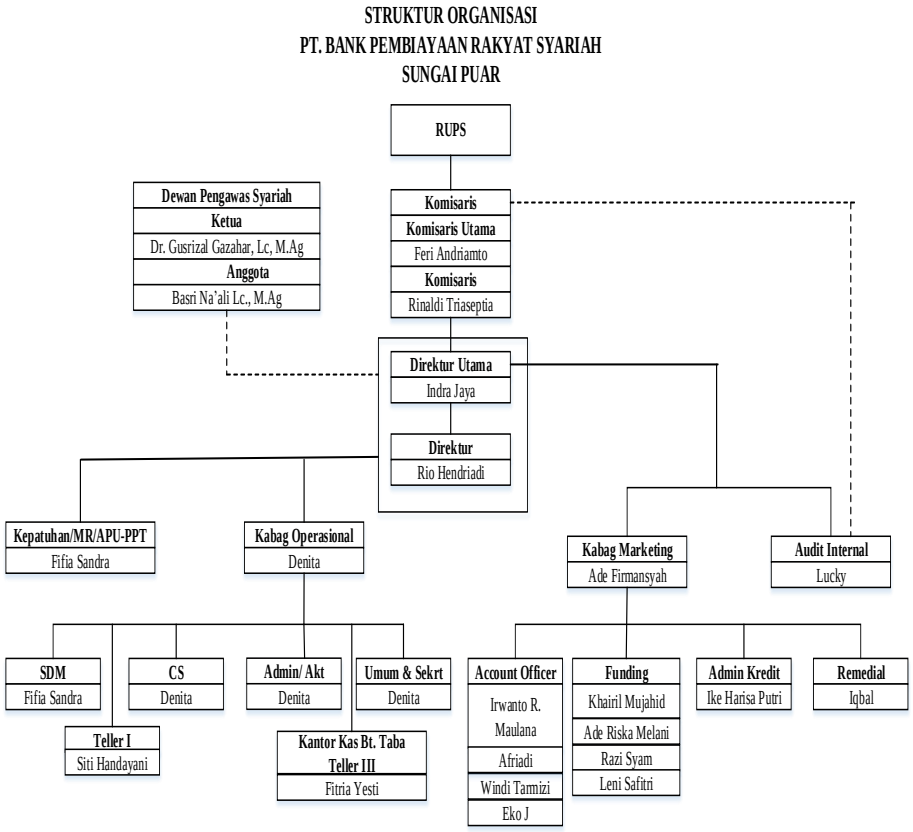
Pada Tanggal 28 Mei 2021 mendapat izin perubahan kegiatan usaha PT BPR Sungai Puar menjadi PT. BPRS Sungai Pua Syariah dengan Nomor Surat SR-20/PB.101/2021 perubahan tersebut telah diaktakan berdasarkan Akta Nomor 217 Tanggal 21 Mei 2021 dibuat oleh dan dihadapan Roni, Sarjana Hukum, Magister Kenotariatan pada waktu itu Notaris di Kabupaten Agam dan telah mendapat persetujuan dari Kementeri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan surat keputusannya Tanggal 21 Mei 2021 Nomor AHU-0029799.AH.01.02.TAHUN 2022 berkedudukan di Jalan Raya Sungai Pua Nomor 6 Kampuang Gobah Jorong Tangah Koto Nagari Sungai Pua Kecamatan Sungai Pua, Kabupaten Agam Sumatera Barat.[46]

2. Struktur Organisasi PT. BPRS Sungai PuaSyariah

Struktur Organisasi PT. BPRS Sungai PuaSyariah dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. BPRS Sungai PuaSyariah

[46] *DPD*, PERBARINDO Sumatera Barat, PT BPRS Sungai Pua Syariah, 11 Maret 2023.



3. Produk-produk PT BPRS Sungai PuaSyariah

Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga perantara (Intermediari), BPRS Sungai Pua Syariah menjalankan usahanya sebagai berikut:

a. Penghimpunan Dana

Jenis-jenis produk yang disediakan oleh PT. BPRS Sungai PuaSyariah dalam menghimpun dana antara lain :

1) Tabungan

Tabungan adalah simpanan masyarakat pada bank dalam bentuk mata uang rupiah yang penarikannya dapat dilakukan berdasarkan persyaratan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya oleh bank.

2) Tabungan Wadi'ah

Bank menerima tabungan (*saving account*), baik pribadi maupun badan usaha dalam bentuk tabungan bebas. Akad penerimaan dana ini Wadi'ah yaitu titipan-titipan yang tidak menanggung resiko kerugian, serta bank akan memberikan kadar profit kepada penabung sejumlah tertentu dari bagi hasil yang didapat bank dalam pembiayaan pembiayaan pada nasabah, yang diperhitungkan secara harian dan dibayar setiap bulan. Dari Tabungan Wadi'ah ini memiliki beberapa tabungan, seperti:

Produk tabungan yang terdapat pada Tabungan Wadi'ah yang diselenggarakan oleh PT. BPRS Sungai Pua Syariah adalah sebagai berikut:

a) Tabungan Bank Pembiayaanan Rakyat Syariah (BPRS)

Saldo awal tabungan ini hanya Rp 25.000,-selanjutnya jika nasabah ingin menabung setoran berikutnya minimal Rp 5.000,- atau Rp 10.000,- dan penarikan saldo minimal Rp 25.000,- jika ingin menutup rekening biaya administrasi Rp 5.000,-. Tabungan ini memiliki kelebihan tingkat suku bunga

yang lebih besar yaitu 3% bila dibandingkan dengan Tabungan Anak Nagari (TAN) tingkat suku bunganya juga 3%. Syarat yang dibutuhkan untuk menjadi nasabah tabungan ini cukup mudah yaitu dengan memberikan fotokopy Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebanyak 1 (satu) lembar, data pribadi calon nasabah, kemudian melampirkan photo 1 lembar. Tabungan ini bisa menjadi alternatif bagi para nasabah, sebab saldo awalnya cukup rendah serta tingkat bunganya tinggi. Selain itu proses menabung dan penarikan bebas dilakukan selama jam kerja.

b) Tabungan Anak Nagari (TAN)

Tabungan Anak Nagari diselenggarakan oleh asosiasi BPRS Gebu Minang yang tercatat sebagai BPRS-BPRS penyelenggara. Adapun fasilitas yang diberikan:

1) Penyetoran dan Penarikan

a. Penyetoran awal minimal Rp25.000.- sebagai awal membuka rekening baru, dan setoran berikutnya minimal Rp10.000,- dengan margin 3%.

b. Penyetoran dan penarikan tidak terbatas selama jam kas dan dapat dilakukan melalui petugas atau langsung kekantor bank.

c. Penyetoran dan penarikan harus disertai dengan buku tabungan dan bila nasabah lupa membawa buku

tabungan maka *funding officer* akan terlebih dahulu mencatat slip setoran tabungan dan untuk keesokan harinya dipindahkan kedalam buku tabungan nasabah.

2) Margin Tabungan

Sistem pendapatan, yang dimana besarnya keuntungan yang disepakati antara bank dan nasabah atas transaksi pembiayaan dengan akad jual beli (*murabahah*). Dimana margin pembiayaan ini bersifat tetap (*fixed*) atau tidak berubah sepanjang jangka waktu pembiayaan.

a. Biaya Administrasi

Pembukaan rekening dan buku tabungan ini bebas biaya administrasi tetapi jika melakukan penutupan dikenakan biaya sebesar Rp5.000,- dan jika buku tabungan ini hilang atau rusak dikenakan biaya penggantian sebesar Rp2.000,- dan biaya administrasi perbulan Rp1.000,- dan dipotong sekali 3 bulan.

b. Undian Tabungan

Kelebihan Tabungan Anak Nagari dari tabungan lainnya adanya undian berhadiah pada tabungan ini yang akan diadakan sekali dalam setahun secara serentak oleh BPR-BPR penyelenggara. Hadiah

dari undian ini sangat bermacam-macam seperti sepeda motor, TV warna, kulkas dan lain-lain.

3) Tabungan Prestasi (Anak Sekolah)

Setoran awal minimal Rp10.000,- setoran selanjutnya minimal Rp2.000,- dengan bunga 3% / tahun dan biaya administrasi Rp1.500/ bulan dan akan di ambil per 3 bulan, saat penarikan minimal tinggal saldo Rp10.000,- dan menutup rekening biaya administrasi Rp2.000,-

4) Deposito Berjangka

Deposito berjangka adalah simpanan masyarakat pada bank dalam bentuk mata uang rupiah untuk jangka waktu tertentu dan bank membayar bunga atas simpanan tertentu. Deposito diperuntukkan bagi nasabah perorangan maupun suatu badan.

Jenis-jenis deposito berjangka yang dikelola oleh PT. BPRS Sungai PuaSyariah adalah :

a) Deposito berjangka 1 bulan dengan bunga 5% P.A.
b) Deposito berjangka 3 bulan dengan bunga 5% P.A.
c) Deposito berjangka 6 bulan dengan bunga 6% P.A.
d) Deposito berjangka 12 bulan dengan bunga 6.5% P.A.

Bunga untuk masing-masing deposito berjangka berbeda, sesuai dengan berapa lama deposan mendepositokan uangnya. Pembayaran secara tunai atau pemindah bukuan, bunga deposito

berjangka dilakukan setiap bulannya pada saat jatuh tempo sesuai dengan permintaan deposan.

b. Penyaluran Dana

Kegiatan penyaluran dana yang dilakukan PT. BPRS Sungai Pua Syariah adalah dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara pihak bank dengan pihak lain yang mewajibkan peminjam melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah margin yang disepakati, semuanya dalam perjanjian pada saat akad pembiayaan berlangsung.

1) Pembiayaan Murabahah

Piutang yang diberikan dengan akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang telah disepakati bersama. Pembiayaan ini dilakukan dengan jangka waktu maksimal 3 tahun. Bank akan mendapatkan keuntungan dari margin penjualan yang telah disepakati bersama.

2) Pembiayaan Murabahah bil Wakalah

Piutang yang diberikan dengan akad jual beli barang yang hampir bisa dikatakan sama dengan pembiayaan murabahah, namun pada pembiayaan murabahah bil wakalah diberikan hak

wakil kepada calon nasabah untuk membeli barang yang diinginkan oleh nasabah tersebut.

B. Strategi Persaingan Dalam Mengembangkan Bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy

Strategi bersaing yang dilakukan PT BPRS Sungai Pua Syariah dalam mengembangkan bisnisnya merupakan strategi dalam mengaplikasikan kemampuan pelaku bisnis dalam analisis lingkungan eksternal dan internal, perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implememtasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang. Indikator-indikator yang digunakan PT BPRS Sungai Pua Syariah dalam menghadapi persaingan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Selalu melakukan inovasi produk
2. Melakukan riset pasar
3. Menjaga kualitas produk dan layanan nasabah
4. Mempromosikan produk

PT BPRS Sungai Pua Syariah menunjukkan keunggulannya yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanannya yang sangat baik dan cepat
2. Jumlah karyawan cukup banyak sehingga melayani nasabah lebih optimal.

3. Kompetensi karyawan yang baik sehingga penjelasan mengenai produk yang ditawarkan pada nasabah jelas dan dimengerti.
4. Tempat parkir yang memadai

Perumusan Strategi Samudera Biru melalui Kerangka Kerja Empat Langkah dan Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan adalah sebagai berikut:

a. Langkah *Eliminate* (Menghapuskan)

Langkah menghapuskan adalah suatu proses bagi perusahaan untuk mempertimbangkan penghapusan faktor-faktor yang sudah lama menjadi ajang persaingan bagi perusahaan-perusahaan dalam suatu industri.[47] Salah satu langkah menghapuskan yang dilakukan oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah adalah dengan menghapuskan atau menutup fasilitas maupun produk yang tidak sesuai dengan konsep syariah.

b. Langkah *Reduce* (Mengurangi)

Langkah mengurangi adalah suatu proses dimana perusahaan perlu mengurangi porsi dari nilai yang sifatnya kurang namun tetap dibutuhkan, sehingga produk akan lebih fokus pada hal-hal yang membawa nilai dan pengaruh besar, dan untuk mengikuti irama kompetisi dan untuk

[47] Samrin dan Irawan, *Analisis Blue Ocean Strategy Bagi Industri Kerajinan Di Kota Tanjung Balai*, (Jurnal Manajemen Tools, Vol. 11 No. 1 Juni 2019), Hal 229.

memenangkan persaingan.[48] Hal ini dapat dilakukan dengan mengurangi biaya administrasi dan saldo minimum. Hal ini dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan oleh nasabah dalam menabung dan melakukan pembiayaan di PT BPRS Sungai Pua Syariah. Biaya administrasi yang ada di PT BPRS Sungai Pua Syariah perbulan sebesar Rp 1.000, dipotong sekali 3 bulan. Sedangkan saat penarikan minimal tinggal saldo sebesar Rp 25.000.

c. Langkah *Raise* (Meningkatkan)

Langkah meningkatkan adalah suatu proses yang mendorong perusahaan untuk meningkatkan potensi yang dimiliki selama ini belum terlihat sehingga bermanfaat bagi perusahaan tersebut.[49] Pada faktor yang harus ditingkatkan ini perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor lemah yang harus ditingkatkan untuk mendapat bersaing. Adapun faktor yang ditingkatkan yaitu kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan konsep syariah. Dimana hal ini dapat meningkatkan minat dan ketertarikan nasabah terhadap produk. Salah produk yang ditingkatkan di PT BPRS Sungai Pua Syariah yaitu produk tabungan berupa tabungan Tabanan (Tabungan Anak Nagari/TAN), dimana produk ini bersifat konvensional. Namun dalam konversi ke syariah produk ini dinamakan

[48] Samrin dan Irawan, *Analisis Blue Ocean Strategy Bagi Industri Kerajinan Di Kota Tanjung Balai,……..*Hal 230.

[49] Samrin dan Irawan, *Analisis Blue Ocean Strategy Bagi Industri Kerajinan Di Kota Tanjung Balai,……..*Hal 230.

menjadi Tabungan wadiah. Dimana tabungan ini terbagi menjadi 2 yaitu Tabungan wadiah secara umum dan tabungan wadiah bagi pelajar, yang membedakan antara kedua tabungan ini yaitu saldo diawal melakukan tabungan dan saldo minimal yang digunakan. Dimana tabungan wadiah secara umum, memiliki saldo awal Rp 25.000 dan penarikan saldo minimal Rp 25.000. Sedangkan tabungan wadiah bagi pelajar memiliki saldo awal sebesar Rp 10.000 dan penarikan saldo minimal Rp 10.000. Dengan ditingkatkannya produk yang ada di PT BPRS Sungai Pua Syariah, membuat produk ini banyak diminati oleh nasabah. Sehingga dapat meningkatkan nilai bersaing dan bank mendapatkan keuntungan.Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Razi Syams, Amd mengatakan bahwa: *"Kami melakukan pemasaran untuk mengenalkan produk kepada nasabah untuk memenuhi tingkat kepuasan nasabah dalam bertransaksi dan memaksimalkan kepuasan terhadap nasabah melalui pelayanan yang diinginkan nasabah."*[50]

d. Langkah *Create* (Menciptakan)

Langkah menciptakan adalah suatu proses dimana perusahaan dituntut untuk menemukan sumber-sumber nilai yang sepenuhnya baru bagi pembeli dan menciptakan permintaan baru serta mengubah pemberian

[50] Razi Syams, Amd, *Wawancara*, 28 Februari 2023.

harga strategis industri.[51] Langkah menciptakan ditujukan untuk memberikan faktor yang belum pernah diberikan oleh industri dan menjadi kekhasan bagi PT BPRS Sungai Pua Syariah untuk menghasilkan samudera biru dan inovasi nilai, yaitu sebagai berikut:

1) Rasa aman dan nyaman

Faktor keamanan menjadi faktor yang penting untuk diperhatikan oleh industri perbankan, mengingat bank adalah usaha yang berjalan atas dasar kepercayaan antara bank dengan nasabah. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Razi Syams, Amd saat wawancara yaitu: *"Jaminan rasa aman merupakan upaya dari pihak PT BPRS Sungai Pua Syariah untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi nasabah maupun calon nasabah untuk menyimpan dananya di PT BPRS Sungai Pua Syariah. Sehingga kami selaku karyawan di PT BPRS Sungai Pua Syariah mampu memenuhi kebutuhan nasabah akan rasa aman ini, agar nasabah berminat untuk memilih atau menggunakan produk disini."*[52]

2) *Value Added Product* (Nilai tambah produk)

PT BPRS Sungai Pua Syariah berusaha menciptakan produk yang memiliki nilai tambah, diharapkan produk semakin dikenal nasabah dan dapat meningkatkan pendapatan PT BPRS Sungai Pua

[51] Samrin dan Irawan, *Analisis Blue Ocean Strategy Bagi Industri Kerajinan Di Kota Tanjung Balai,……*Hal 230.

[52] Razi Syams, Amd, *Wawancara*, 28 Februari 2023.

Syariah. Salah satu produk yang dimiliki oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah yaitu Tabungan Santri, dimana tabungan ini mencapai target dengan adanya nasabah baru, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dan asset yang ada di PT BPRS Sungai Pua Syariah. Tabungan ini dilakukan dengan membuat gerakan "Ayo Menabung". Produk ini dapat meningkatkan pendapatan pada bank ini sendiri.

Dengan pendekatan blue ocean strategy, pendapatan PT BPRS Sungai Pua Syariah mengalami peningkatan. PT BPRS Sungai Pua Syariah terbukti dapat tumbuh dan terus berkembang hingga saat ini serta sudah beroperasi selama 37 tahun sejak berdiri pada tahun 1990. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan asset keuangan di PT BPRS Sungai Pua Syariah pada tahun 2021-2022 sebagai berikut:[53]

Tabel perbandingan asset keuangan di PT BPRS Sungai Pua Syariah pada Tahun 2021-2022

	Desember 2021			**Desember 2022**	
No	**Produk**	**Nilai**	**Jumlah**	**Nilai**	**Jumlah**
1	Tabungan	Rp.9.942.773	2528 Penabung	Rp.11.818.693	3063 Penabung
2	Deposito	Rp.3.386.050	75 Pendeposit	Rp.3.980.050	87 Pendeposit
3	Kredit	Rp.12.164.194	265 Debitur	Rp.16.353.188	305 Debitur
Total Asset		**Rp.17.646.999**		**Rp.20.352.479**	

[53] *DPD*, PERBARINDO Sumatera Barat, PT BPRS Sungai Pua Syariah, 11 Maret 2023.

Berdasarkan tabel perbandingan asset keuangan di PT BPRS Sungai Pua Syariah dapat disimpulkan bahwa pendapatan PT BPRS Sungai Pua Syariah mengalami peningkatan semenjak konversi menjadi syariah. PT BPRS Sungai Pua Syariah terbukti dapat tumbuh dan terus berkembang hingga saat ini.

C. Kendala yang dihadapi Oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

Keberadaan lembaga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan bank umum, yaitu BPRS dapat memberikan layanan perbankan dengan proses yang mudah, pencairan pembiayaan dengan cepat, sederhana, dan tidak memperlukan persyaratan yang rumit seperti dalam bank umum kepada masyarakat menengah kebawah khususnya bagi UMKM yang berada di pedesaan maupun perkotaan untuk lebih mengembangkan usahanya. Selain itu dalam menjangkau pangsa pasarnya BPRS melakukan pendekatan secara langsung kepada masyarakat dengan mendatangi langsung para calon nasabah baik yang ingin menabung maupun membutuhkan pembiayaan.

Namun, keberadaan BPRS yang pesat di Indonesia ini tidak didukung oleh faktor-faktor pendukung yang memungkinkan BPRS untuk terus berkembang dan menjalankan kegiatan operasionalnya dengan baik. Dalam prakteknya BPRS mengalami berbagai kendala, kendala tersebut di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Kiprah BPRS yang kurang dikenal masyarakat sebagai BPR yang berprinsipkan syariah, sehingga minat masyarakat terhadap BPRS cenderung rendah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Irwanto menyampaikan bahwa *" Salah satu kendala yang dihadapi dalam pengembangan bisnis yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan bank syariah, baik dari sisi pelayanan yang diberikan, maupun pengetahuan akad yang relatif lebih rumit. Banyak masyarakat yang tidak memahami mengenai sistem syariah yang kami pakai di PT BPRS Sungai Pua Syariah ini"*.[54]
2. Persaingan global, persaingan yang dihadapi oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah tidak hanya dengan sesama bank yang berbasis syariah, namun juga bank konvensional, Bapak Irwanto menyampaikan bahwa: *"Lingkungan persaingan bagi BPRS menjadi semakin ketat bukan hanya persaingan antara BPRS itu sendiri melainkan juga dengan BPR, Bank, LKMS, BMT, dan lembaga lain yang memiliki pangsa pasar yang sama. Dengan adanya persaingan yang ketat antar BPRS dan juga dengan BPR di suatu daerah mengakibatkan BPRS mengalami berbagai hambatan untuk lebih berkembang dan bisa bersaing dengan para pesaingnya."*[55]

D. Hasil Analisis Penulis

[54] Irwanto, *Wawancara*, 28 Februari 2023.
[55] Irwanto, *Wawancara*, 28 Februari 2023.

PT BPRS Sungai Pua Syariah sebagai Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pertama di daerah Sungai Pua, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat, PT BPRS Sungai Pua Syariah dinilai berhasil dengan pendekatan blue ocean strategy dan telah menjadi bagian dari strategi perusahaan. Perubahan konsep dari Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang berbasis konvensional menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPR berhasil menciptakan pasar baru bagi PT BPRS Sungai Pua Syariah baik itu di dalam maupun luar daerah. Konsep blue ocean strategy berpijak pada peningkatan nilai produk melalui inovasi nilai, produk dan jasa yang ditawarkan PT BPRS Sungai Pua Syariah berbeda dari BPRS lainnya dan memiliki nilai lebih sehingga PT BPRS Sungai Pua Syariah dapat memperoleh keuntungan jangka panjang.

Sesuai dengan prinsip blue ocean strategy, PT BPRS Sungai Pua Syariah memenuhi kinerja kerja empat langkah dengan menghapuskan atau menutup fasilitas maupun produk yang tidak sesuai dengan konsep syariah, mengurangi biaya administrasi dan saldo minimum, meningkatkan produk dan layanan yang sesuai dengan konsep syariah selain standar bank konvensional, dan menciptakan rasa aman dan nyaman dengan menawarkan produk syariah dalam industri perbankan.

Persaingan merupakan salah satu permasalahan yang timbul dalam pengembangan BPRS. Lingkungan persaingan bagi BPRS menjadi semakin ketat, bukan hanya persaingan antara BPRS itu sendiri melainkan juga dengan BPR, Bank, LKMS, BMT, dan lembaga lainnya yang memiliki pangsa pasar

yang sama. Dengan adanya persaingan yang ketat antar BPRS dengan BPR di suatu daerah mengakibatkan BPRS mengalami berbagai hambatan untuk lebih berkembang dan bisa bersaing dengan para pesaingnya.

Selain itu, skala usaha PT BPRS Sungai Pua Syariah yang lebih kecil daripada bank umum, dan biaya dana yang mahal serta kendala-kendala lainnya mengakibatkan PT BPRS Sungai pua Syariah susah berkembang Dengan ditambahnya peraturan OJK tentang kenaikan modal minimum yang harus dimiliki untuk pendirian BPRS, juga menjadi tantangan yang berat bagi PT BPRS Sungai Pua Syariah untuk mendirikan cabang baru karena kesulitan memperoleh modal. Dalam menghadapi keadaan tersebut PT BPRS Sungai Pua Syariah harus dapat berkompetisi dengan kompetitor lainnya. Selain itu, untuk lebih mengembangkan bisnisnya BPRS harus menemukan solusi- solusi dan strategi yang tepat dalam menghadapi permasalahan-permasalahan yang terjadi.

Dengan perkembangan PT BPRS Sungai Pua Syariah yang cukup pesat ini tidak didukung oleh faktor-faktor pendukung yang memungkinkan PT BPRS Sungai Pua Syariah untuk terus berkembang dan menjalankan kegiatan operasionalnya dengan baik diantaranya adalah kiprah BPRS yang kurang dikenal masyarakat sebagai BPR yang berprinsipkan syariah, sumber daya manusia yang dimiliki BPRS, dan kurang adanya koordinasi baik di antara BPRS maupun dengan lembaga lainnya. Berbagai tantangan lainnya yang dihadapi oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah yaitu, persaingan global,

kuantitas dan kualitas SDM, infrastruktur, peraturan perundang-undangan, modal, teknologi, manajemen edukasi dan penelitian SDM.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka kesimpulan dalam penelitian ini mengacu kepada tujuan dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Strategi persaingan dalam mengembangkan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah dengan pendekatan blue ocean strategy menyimpulkan Sesuai dengan prinsip blue ocean strategy, PT BPRS Sungai Pua Syariah memenuhi kinerja kerja empat langkah dengan menghapuskan atau menutup fasilitas maupun produk yang tidak sesuai dengan konsep syariah, mengurangi biaya administrasi dan saldo minimum, meningkatkan produk dan layanan yang sesuai dengan konsep syariah, dan menciptakan rasa aman dan nyaman dengan menawarkan produk syariah dalam industri perbankan.
2. Kendala yang dihadapi dalam menghadapi persaingan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah yaitu dalam prakteknya PT BPRS Sungai Pua Syariah mengalami berbagai kendala, kendala tersebut di antaranya adalah kiprah BPRS yang kurang dikenal masyarakat sebagai BPR yang berprinsipkan syariah, sumber daya manusia yang dimiliki BPRS, dan kurang adanya koordinasi baik di antara BPRS maupun dengan lembaga lainnya. Berbagai tantangan lainnya yang dihadapi oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah yaitu, persaingan global, kuantitas dan kualitas SDM,

infrastruktur, peraturan perundang-undangan, modal, teknologi, manajemen edukasi dan penelitian SDM.

B. SARAN

Saran dalam penelitian ini diajukan berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan. Saran yang hendak disampaikan dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya maupun perusahaan yang menjadi objek penelitian. Adapun saran yang dapat diberikan kepada PT BPRS Sungai Pua Syariah dan penelitian selanjutnya yaitu adalah :

1. PT BPRS Sungai Pua Syariah sebaiknya mulai mempertimbangkan untuk menjangkau target pasar yang lebih luas, sehingga ukuran perusahaan yang masih berskala kecil menengah dapat berkembang menjadi lebih besar. Dengan demikian kompleksitas permasalahan yang muncul akan semakin besar, namun berpeluang meningkatkan keuntungan yang besar pula.
2. Pengembangan produk-produk bank syariah yang kompetitif dan inovatif perlu ditingkatkan, karena pasar yang masih sangat terbuka lebar dan adanya keuntungan dari strategi bank konvensional merupakan peluang bagi bank syariah untuk semakin kreatif dan inovatif dalam membuat produk-produk baru.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu membahas alat dan kerangka kerja, formulasi, serta eksekusi blue ocean strategy suatu perusahaan

lebih mendalam dengan cara observasi langsung sehingga peneliti dapat mengetahui informasi lebih jelas, dan data yang dituliskan lebih konkret.

4. Penelitian ini mempunyai keterbatasan dalam hal jumlah perusahaan yang diteliti yaitu hanya satu perusahaan saja sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi. Oleh karena itu, maka untuk penelitian dimasa yang akan datang hendaknya melibatkan lebih banyak perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Akbari, Rostami, A, Ehteshami. 2011. *The Blue Ocean Strategy*. Journal Research Tadbir Management, Vol 2 No.23.

Andriani, Diana. 2014. *Pendekatan Blue Ocean Strategy untuk Meningkatkan Strategi Pelayanan Obat di Apotek K-24 (Studi Kasus Apotek K-24 Antapani).* JAMIKA: Jurnal Manajemen Informatika UNIKOM, Vol 1 No 5.

Arief, Imam F. 2021 *Perumusan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Pada PT Alpha Beta Charlie (ABC).* Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, Volume 5, No.5 September.

Denita. Hasil Observasi wawancara dari PT BPRS Sungai Pua Syariah pada kamis, 15 Desember 2022.

Hakim, Arif Rahman dan Wardha Nilawati. 2020. *Modul Pengantar Bisnis dan Manajemen*. Banyuwangi: Universitas 17 Agustus 1945.

Hakim, Arif Rahman dan Wardha Nilawati. 2020. *Modul Pengantar Bisnis dan Manajemen.* Banyuwangi: Universitas 17 Agustus 1945.

Irfan. 2019. *Konsep Al-Zulm Dalam Al-Qur'an (Suatu Kajian Tafsir Tematik)*. Jurnal Ilmu Alquran dan Tafsir Vol. 2 No. 1 April-September.

Kasmir. 2005. *Etika Costumer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo.

Kim dan Mauborgne. 2005. *Blue Ocean Strategy : Menciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Menjadikan Persaingan Tidak Lagi Relevan*. Jakarta Selatan: Noura Books.

Mirrahimi, S. Ehsan. 2013. Blue Ocean Strategy Sebagai Revolusi Bidang Strategi Manajemen. Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business, Vol 4, No 9 Januari.

Muchtar, Evan Hamzah. 2017. *Muamalah Terlarang: Maysir Dan Gharar*. Jurnal Asy- Syukriyyah, Vol. 18 Edisi Oktober.

Mulyadi. 2016. *Sistem Informasi Akuntansi, Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.

Muslim, Moch Bukhori. 2012. *Ihtikâr Dan Dampaknya Terhadap Dunia Ekonomi*. Al-Iqtishad: Vol. IV, No. 1, Januari.

Ningrum, Hilma Yuniar Widya dan Deden Gandana Madjakusumah. 2022. *Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Persfektif Ekonomi Islam dalam Upaya*

Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay. Jurnal Riset Perbankan Syariah: Unisba Press, vol 1 no 1, Juli

Nur'aisyah, Iis dkk. 2020. *Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia*. Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam, Vol 5, No 2.

Pratiwisari, Ulvi. 2017. *Pendekatan Blue Ocean Strategy Terhadap Kualitas Pelayanan Di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Sambas*. Jurnal TIN: Universitas Tanjungpura.

Raco. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo.

Riasari, Atika. 2020. *Analisis Penerapan Blue Ocean Strategy Pada PT. Sofyan Hotels, Tbk*. Jurnal Al-Buhuts, Volume 16 Nomor 2, Desember..

Rizqiyana. 2021. *Manajemen Strategik Dalam Kajian Mpi Pada Era Pandemi Covid-19.* Jurnal Promis, volume 2 Nomor 1.

Samrin dan Irawan. 2021. *Formulasi Blue Ocean Strategy : Studi Kasus Kopi Gayo di Kabupaten Takengon*. Jurnal AKMAMI: Akutansi, Manajemen, Ekonomi, Vol 2 No 2.

Saratian, Eko Tama Putra, Dkk. 2019. *Kajian Penerapan Blue Ocean Strategy Pada Pembiayaan Sindikasi Skim Musyarakah Mutanaqishah*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Volume 5, No. 01, Maret.

Shalihah, Mar'atun. 2014. *Pengembangan Sistem Bisnis Berbasis Syariah Untuk Mendukung Strategi Pengembangan Yang Sustainable.* Jurnal Ekonomi Islam, Vol. X No. 2, Desember.

Suandi, Edi dkk. 2020. Hubungan Antara Blue Ocean Strategy, Perilaku Konsumen, dan Kinerja Perbankan Syariah. Jurnal IPTEKS Terapan, Vol 4, No 2, Juli.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Taufiq. 2018. *Memakan Harta Secara Batil (Perspektif Surat An-Nisa: 29 dan At-Taubah: 34).* Jurnal Ilmiah Syari'ah, Volume 17, Nomor 2, Juli-Desember.

Tavallaee. 2010. *The Blue Ocean Strategy as Revolutionary in the Field of Strategic Management*. Journal of Human Development ,Vol 2 No 4.

Wibowo, Roby Yudho dan Suryatin. 2017. *Analisis sistem pengendalian internal dalam proses penerimaan kas pada toko indomarco prismatama desa margajaya.* Jurnal Studia: Akuntansi dan Bisnis, Vol 5, No 2.

Wijaya, Temmy. 2019. *Urgensi Pemerintah Kabupaten/Kota Mendirikan BPR Syariah.* Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Vol 3, No 2.

LAMPIRAN

1. Wawancara dengan karyawan PT BPRS Sungai Pua Syariah









SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

Nomor : 481.2/In.26.3/PP.00.9/11/2022

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Nadya Zikra** NIM. **3319122** tanggal 19 November 2022.

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2015 jo Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2017 Nomor 1598);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2017 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 1328);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul " " **Pendekatan Blue Ocean Strategy Dalam Pengembangan Bisnis Di PT. BPRS Sungai Pua Syariah"**

Kedua : Menunjuk saudara:

Nama	:	**Andis Febrian, SEI, MM**
NIP	:	19890203201903 1004
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda Tk. I/III/b/Asisten Ahli
Bidang Keahlian Pokok	:	ManajemenKeuangan Islam
Memberi Mata Kuliah	:	Manajemen Keuangan Syariah
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

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

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 19 November 2022
Dekan,

ZIZ IZMUDDIN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

BANK
Sungai PuaSyariah
PT. BPRS Sungai PuaSyariah

Sungai Pua, 24 Dzul Qaidah 1444 H
13 Juni 2023

Nomor : **S-22/UM/BSS/VI-2023**
Lamp : -
Perihal : **Pemberitahuan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
di,
Bukittinggi

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan Hormat,

Melalui surat ini kami sampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini telah meyelesaikan penelitian di PT. BPRS sungai PuaSyariah:

Nama Mahasiswa	Judul Penelitian
Nadya Zikra	*Pendekatan Blue Ocean Strategy Dalam Pengembangan Bisnis di PT BPRS Sungai PuaSyariah*

Demikianlah surat ini disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

PT. BPRS Sungai PuaSyariah

INDRA JAYA
Dir. Utama

Maker	Chaker

PT. BPRS Sungai PuaSyariah
Jl. Raya Sungai Pua No. 6 KampuangGobahTangah Koto ,Nagari Sungai Pua, Kecamatan Sungai Pua, KabupatenAgam
Telp./Fax. (0752) 691200 , email: bprsungaipua@gmail.com

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
UPT PERPUSTAKAAN
Kampus I : Jalan Panlnjauan Garegeh Bukittinggi – Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam – Sumatera Barat – Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : pustaka.uinbukittinggi.ac.id | Email : pustaka.lainbukittinggi@gmail.com

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

No. B. 1275 /Un.26.8/HM.02.2/6/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	:	Nadya Zikra
NIM	:	3319122
Fakultas / Jurusan	:	FEBI/S1 Perbankan Syariah
Judul	:	PENDEKATAN BLUE OCEAN STRATEGY DALAM PENGEMBANGAN BISNIS DI PT BPRS SUNGAI PUA SYARIAH

Dengan deteksi plagiarisme untuk karya ilmiah mahasiswa (Jurnal) sebanyak 22% dengan demikian karya ilmiah yang bersangkutan setelah dilakukan pemeriksaan dinyatakan **BEBAS PLAGIAT.**

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 7 Juni 2023
Kepala UPT Perpustakaan,

Novi Zulfikar, S.Sos, M.AP
NIP. 197711302009011006

Dipindai dengan CamScanner
Dipindai dengan CamScanner
Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-3160/Un.26.3/TL.00/11/202 25 November 2022
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Observasi**

Yth. : Pimpinan PT. BPRS Sungai Pua Syariah
Jorong Tangah Koto Nagari Sungai Pua Kec. Sungai Pua Kab. Agam

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan observasi kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Nadya Zikra**
NIM	: 3319122
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: ***"Penerapan Blue Ocean Strategy Dalam Pengembangan Bisnis Di PT. BPRS Sungai Pua Syariah"***
Lokasi Penelitian	: PT. BPRS Sungai Pua Syariah Jorong Tangah Koto Nagari Sungai Pua Kec. Sungai Pua Kab. Agam
Waktu	: 25 November s.d 25 Desember 2022

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Iis Emiliadi, MA
NIP. 197503032001121007

BANK
Sungai PuaSyariah
PT. BPRS Sungai PuaSyariah

Sungai Pua, 09 Sya'ban 1444 H
01 Maret 2023

Nomor : **S-04/UM/BSS/III-2023**
Lamp : -
Perihal : **Pemberitahuan**

Kepada Yth,
Dekan UIN (Universitas Islam Negeri)
Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
di,
Bukittinggi

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan Hormat,

Menanggapi surat permohonan dari UIN Bukittinggi tentang izin penelitian. Melalui surat ini kami sampaikan bahwa kami memberikan izin kepada Mahasiswa berikut untuk melakukan penelitian di PT. BPRS sungai PuaSyariah:

Nama Mahasiswa	Judul Penelitian
1. NADYA ZIKRA	Pendekatan Blue Ocean Strategy Dalam Pengembangan Bisnis Di PT. BPRS Sungai PuaSyariah

Demikianlah surat ini disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

PT. BPRS Sungai PuaSyariah

INDRA JAYA
Dir. Utama

PT. BPRS Sungai PuaSyariah
Jl. Raya Sungai Pua No. 6 KampuangGobah Langah Koto
,Nagari Sungai Pua, Kecamatan Sungai Pua, kabupatenAgam
Telp./Fax. (0752) 691200 , email: bprsungaipua@gmail.com

Dipindai dengan CamScanner

Acc dilanjutkan 07/03/2023

KISI-KISI PERTANYAAN

Nama : Nadya Zikra

Nim : 3319122

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : UIN Sjech. M. Djamil Djambek Bukittinggi

Judul Skripsi : Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah

Lokasi Penelitian : Jorong Tangah Koto, Nagari Sungai Pua, Kecamatan Sungai Pua, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat

Dosen Pembimbing : Andis Febrian, MM

No	Tujuan Penelitian	Data/Informasi Penelitian	Sumber Data Penelitian	Pertanyaan Utama
1	Strategi persaingan dalam mengembangkan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah dengan pendekatan blue ocean strategy	Strategi persaingan dalam pengembangan bisnis	AO Tabungan di PT BPRS Sungai Pua Syariah (Bapak Razi Syams, Amd)	1. Bagaimana Strategi persaingan dalam mengembangkan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah dengan pendekatan blue ocean strategy? 2. Bagaimanakah pengelolaan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syartah sebelum dan sesudah konversi syariah?

CS Dipindai dengan CamScanner

				3. Bagaimana peran dari anggota di PT BPRS Sungai Pua Syariah dalam mengembangkan bisnis agar dapat berkembang dengan baik?
2	Kendala yang dihadapi dalam menghadapi persaingan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah	kendala yang dihadapi dalam menghadapi persaingan bisnis	Pimpinan Kantor Kas di PT BPRS Sungai Pua Syariah	1. Apa saja kendala yang dihadapai dalam menghadapi kompetitor? 2. Apa saja upaya yang dilakukan dalam menghadapi persaingan bisnis ?

Dipindai dengan CamScanner

NAMA : NADYA ZIKRA

NIM : 3319122

DATA NASABAH DAN ASSET DI PT BPRS SUNGAI PUA SYARIAH

Nasabah BPRS Sungai Pua Syariah Tahun 2021-2022

Bulan	Jumlah Nasabah Menabung	Jumlah Nasabah Pembiayaan
Juli	2.674	246
Agustus	2.704	244
September	2.699	251
Oktober	2.718	259
November	2.732	261
Desember	2.528	265
Januari	2.568	266
Februari	2.570	272
Maret	2.599	281
April	2.627	279
Mei	2.666	272
Juni	2.614	276
Juli	2.637	282
Agustus	2.726	291
September	2.785	296
Oktober	3.099	292
November	3.130	301

Asset BPRS Sungai Pua Syariah Tahun 2021-2022

Bulan	Jumlah Asset BPRS Sungai Pua Syariah
Juli	16.706.700.805

CS Dipindai dengan CamScanner

Agustus	17.294.470.194
September	17.243.551.469
Oktober	17.497.503.988
November	17.534.952.123,
Desember	17.646.999.142
Januari	17.450.405.197
Februari	17.228.273.004
Maret	17.460.118.144
April	17.647.841.608
Mei	19.054.355.475
Juni	18.709.829.511
Juli	18.948.942.196
Agustus	19.209.697.907
September	18.946.791.136
Oktober	19.511.647.607
November	19.337.374.133

Bukittinggi, 02 Desember 2022

Denita, S. TP

CS Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : NADYA ZIKRA
NIM : 3319122
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Penerapan Blue ocean strategy Dalam Pengembangan Strategi Bisnis di Perbankan Syariah (Studi Kasus : PT Bank Syariah Riau)
Pembimbing : Andis Febrian, MM

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	21/11/2022	Bimbingan proposal dan latar belakang sampai rumusan masalah	
2	19/12/20..	bimbingan bab I dan II	
3	21/12/20..	perbaiki tabel dll pada bab I dan II	
4	22/12/2022	Acc diseminar	
5	10/03/2023	Perbaiki sesuai saran	
6	07/04/2023	(1) bimbingan pada [illegible] (2) perbaiki [illegible] (3) [illegible]	
7	07/05/2023	Acc Pedoman Wawancara	
8	20/05/2023	bimbingan bab IV	
9	22/05/2023	bimbingan bab IV	
10	23/05/2023	Acc dimunaqosahkan	

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nama : Nadya Zikra

Nim : 3319122

Tempat/Tanggal Lahir : Sungai Aro 22 Desember 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Jorong Sungai Aro, Lubuk Gadang Timur, Kecamatan Sangir, Kabupaten Solok Selatan, Provinsi Sumatera Barat

E-mail : nadyazikra97@gmail.com

Orangtua

Nama Ayah : Yusri

Nama Ibu : Fitra Dewi

Alamat : Jorong Sungai Aro, Lubuk Gadang Timur, Kecamatan Sangir, Kabupaten Solok Selatan, Provinsi Sumatera Barat

Riwayat Pendidikan

1. Tahun 2006-2007 bersekolah di TK Dharma Wanita Padang Aro
2. Tahun 2007-2013 bersekolah di SD N 09 Sungai Aro
3. Tahun 2013-2016 bersekolah di di MTsN 2 Solok Selatan
4. Tahun 2016-20019 bersekolah di SMAN 3 Solok Selatan

5. Pada tahun 2019 menjadi mahasiswi di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan jurusan S1 Perbankan Syariah.

Motto Hidup : - Jika Anda Memenuhi Kebutuhan pada Tuhan, Maka Tuhan Juga akan Memenuhi Kebutuhan Anda

- Hidup adalah tawaran satu kali, maka gunakanlah dengan baik