STRATEGI DALAM MEREBUT NASABAH ANTAR BANK OLEH PT. BPRS CARANA KIAT ANDALAS

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Strata Satu (S1) Pada Jurusan S1 Perbankan Syariah

Oleh:

ISTIFANI

NIM. 3314 195

PRODI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

BUKITTINGGI

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul: **Strategi dalam Merebut Nasabah Antar Bank oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas** oleh **ISTIFANI NIM. 3314.195** telah diujikan dalam Ujian Akhir Program Studi S1 Perbankan Syariah, pada Hari Selasa Tanggal 28 Agustus 2018 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Studi S1 dalam bidang keahlian Perbankan Syariah.

Bukittinggi, September 2018

Tim Penguji Ujian Akhir

Ketua

Era Sonita, SE., M.Si
NIP. 197110252003122002

Anggota:

Penguji Utama	**Penguji Pendamping**
Yuwarman Mansur, SE., MM	**Era Sonita, SE., M.Si**
NIP. 196203111993031002	**NIP.197110252003122002**
Rahmi, MA	**Sandra Dewi, SE., MM**
NIP. 197605152009012002	**NIP. 197307172014112002**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi SE, M. Si
NIP. 196211101999031001

PERSETUJUAN PEMIMBING

Skripsi ini berjudul **"Strategi Dalam Merebut Nasabah Antar Bank Oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas"** yang disusun oleh saudari **ISTIFANI NIM 3314.195** telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk di ajukan ke sidang munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Juli 2018

Pemimbing I	Pemimbing II
Era Sonita, SE, M.Si	**Sandra Dewi, SE, MM**
NIP.197110252003122002	**NIP.197307172014112002**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama/NIM	:**ISTIFANI/ 3314.195**
Tempat/ Tangal Lahir	:Bukittinggi / 25 Agustus 1996
Fakultas/ Jurusan	: FEBI/Perbankan Syariah (S1)
Judul Skripsi	:Strategi Dalam Merebut Nasabah Antar Bank Oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi/tugas akhir) dengan judul di atas adalah **BENAR** asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Juli 2018



Penulis,

(ISTIFANI)

NIM:3314.195

KATA PENGANTAR



Segala puji dan rasa syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Swt. Karena atas ridha dan berkah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul ***Strategi Dalam Merebut Nasabah Antar Bank Oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas.*** Penulisan ini adalah tugas akhir untuk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1), pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi. Shalawat beserta salam tidak lupa penulis ucapkan kepada junjungan umat sedunia, yakni Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa penerangan di muka bumi ini.

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

1. Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum selaku Rektor IAIN Bukittinggi beserta Bapak/ Ibu Wakil Rektor.
2. Bapak H. Harfandi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi beserta Bapak/ Ibu Wakil Dekan.

3. Bapak Ali Rahman, SH, MH selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
4. Ibu Sandra Dewi, SE, MM selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
5. Ibu Era Sonita, SE, M.Si selaku Pembimbing I, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan memberi petunjuk, saran, dan masukan yang besar dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Sandra Dewi, SE, MM selaku Pembimbing II, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan memberi petunjuk, saran, dan masukan yang besar dalam penyusunan skripsi ini.
7. Direktur PT. BPRS Carana Kiat Andalas beserta jajaran yang telah bersedia menjadi narasumber penulis.
8. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.

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

Bukittinggi, September 2018

ISTIFANI

3314.195

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TIM PENGUJI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

ABSTRAK v

A. BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 5
C. Rumusan dan Batasan Masalah 6
D. Tujuan Penelitian 7
E. Penjelasan Judul 8
F. Kajian Terdahulu..... 9
G. Sistematika Penulisan..... 10

B. BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi.....13
   1. Pengertian Strategi..... .....
      13
   2. Tujuan Strategi.....15
   3. Tingkatan Strategi.....16
   4. Perumusan
      Strategi.....17
   5. Strategi dalam Islam.....17
B. Pemasaran.....18

C. Strategi Pemasaran.....19
1. Strategi Pemasaran Berdasarkan Pangsa Pasar.....19
2. Strategi Pemasaran Bauran Pemasaran (*Marketing Mix)*.....20
3. Strategi Pemasaran Syariah.....22
D. Strategi Bersaing 25
1. Strategi Bersaing Bauran Pemasaran 4P (*Product, Price, Place and Promotion*.....24
2. Strategi Bersaing dalam Islam.....32
E. Cara bersaing 34

C. BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....36
C. Sumber Data.....37
D. Teknik Pengumpulan Data.....37
E. Teknik Analisis Data.....39

D. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan
1. Sejarah Perusahaan.....46
2. Tujuan Pendirian 49
3. Visi dan Misi.....49
4. Usaha dan Produk 51
5. Struktur Organisasi.....57
6. Job Description 62

B. Analisa Strategi Dalam Merebut Nasabah Antar Bank Oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas

1. Analisis Variabel Marketting Mix 65
2. Analisis internal faktor evaluation(IFE)..... 70
3. Analisis eksternal faktor evaluation(EFE).....72
4. Analisis matrik IFE dan EFE.....75
5. Matrik SWOT.....79
6. Analisis total bobok skor 82
7. Hasil Analisis Penulis 84

E. BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan.....87
2. Saran.....88

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

ABSTRAK

Skripsi ini atas nama **ISTIFANI, NIM. 3314.195**, dengan judul **"STRATEGI DALAM MEREBUT NASABAH ANTAR BANK OLEH PT. BPRS CARANA KIAT ANDALAS.".**Maksud dari judul ialah bagaimana strategi bersaing yang digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam persaingan untuk menguatkan posisi pasar dan meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi *Product, Price, Promotion and Place* .

Adapun motivasi penulis melakukan penelitian ini dilatarbelakangi oleh Strategi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah dalam ketatnya persaingan menjadi kendala bagi PT. BPRS Carana Kiat Andalas. Dalam mendapatkan pangsa pasar antar Bank sama- sama melakukan strategi, salah satunya adalah memasuki pangsa pasar potensial yang sama. Bank konvensional lebih dulu melakukan beroperasi dari pada bank syariah seperti Bank BRI, BPR, BPD sehingga masyarakat lebih mengenal bank konvensional dibandingkan bank syariah supaya dapat menarik nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam persaingan untuk menguatkan posisi pasar dan meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi *Product, Price, Promotion and Place* . Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif dan metode analisis SWOT dan Matrik SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam persaingan untuk menguatkan posisi pasar dan meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi *Product, Price, Promotion and Place* dapat dilakukan dengan cara menerapkan strategi SO *(Strenghts-Opportunity)* yaitu dengan cara memamfaatkan kekuatan untuk merebut peluang yang ada yakni: a) Memanfaatkan lokasi yang strategis yang memudahkan pemberian akses dan layanan kepada nasabah serta mudah dijangkau. b) Penerapan *Good corporate gavernance* dan *Code of Conduct* yang dilaksanakan sepenuh hati oleh Tenaga-tenaga muslim yang profesional di PT. BPRS Carana Kiat Andalas yang akan menampilkan sosok BPRS yang sehat dan berkualitas dan memenuhi harapan nasabah akan perbankan syariah. c) Memanfaatkan kepercayaan masyarakat mengenai haramnya bunga bank agar menimbulkan rasa tentram dan tenang serta didukung dengan fatwa MUI dan Undang - undang yang mendukung Bank Syariah. d) memberikan pelayanan yang *excellence* melalui pelayanan antar jemput *door to door* guna memuaskan kebutuhan nasabah untuk memaksimalkan potensi masyarakat yang tinggi .

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan usaha berbisnis syariah di Indonesia semakin berkembang pesat, mulai dari perbankan syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, hingga koperasi berbasis syariah. Namun perkembangan yang paling pesat terjadi pada perbankan syariah. Langkah strategis pengembangan perbankan syariah yang telah di upayakan adalah pemberian izin kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang unit usaha syariah (UUS) atau konversi sebuah bank konvensional menjadi bank syariah.

Tumbuhnya bank-bank syariah atau unit usaha syariah ditandai oleh pertumbuhan asset yang dimiliki oleh perbankan syariah berdasarkan laporan tahunan BI pencapaian perbankan syariah sungguh membanggakan dan terus mengalami peningkatan dalam jumlah bank. Jika pada tahun 1998 hanya ada satu bank Umum Syariah dan 76 bank Perkreditan Rakyat Syariah, maka pada Februari 2018 (berdasarkan data statistik Perbankan Syariah yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia) jumlah bank syariah telah terdiri atas 13 Bank Umum Syariah dan 21 Unit Usaha Syariah. Selain itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) telah mencapai 167 unit pada periode yang sama.

Selama ini bank syariah jauh lebih mampu menjalankan fungsi

intermediasi yang baik dibanding dengan bank konvensional yakni dalam hal menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Terlebih dengan besarnya porsi pembiayaan yang disalurkan ke sektor UMKM memberikan bukti komitmen bank syariah terhadap pemberdayaan ekonomi rakyat. Oleh sebab itu, kinerja bank syariah tersebut dapat dijadikan sebagai sustainable Competitive Advantage dalam menghadapi persaingan industri perbankan yang semakin ketat.

Namun demikian, sumber keunggulan strategi bank syariah diatas belum dapat berperan secara signifikan untuk mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan. Kesenjangan ini dikarenakan masih kecilnya share bank syariah di dalam dunia perbankan nasional. Untuk itu diperlukan strategi yang mampu mendongkrak asset bank syariah secara nasional.

Mengamati realita perkembangan bank syariah di Indonesia hingga saat ini, maka peningkatan daya saing bank syariah merupakan hal yang sangat penting untuk dilaksanakan. Secara objektif harus diakui bahwa bank syariah masih kalah bersaing dibandingkan dengan bank konvensional, sehingga diperlukan strategi bersaing yang tepat untuk meraih keunggulan kompetitif dalam industri perbankan nasional. Dalam hal ini, kekuatan daya saing sangat menentukan bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan dalam suatu industri tertentu. Alih-alih

mendukung pembangunan ekonomi bangsa, jika terus beroperasi dengan daya saing yang rendah maka eksistensi bank syariah akan terancam oleh peta persaingan perbankan yang semakin ketat. Perkembangan dan kondisi persaingan saat ini mengisyaratkan perlunya program akselerasi agar bank syariah mampu mengejar ketertinggalanya atas bank konvensional.

Persaingan merupakan salah satu faktor terpenting bagi keberhasilan dan kegagalan dalam perusahaan. Persaingan menentukan juga ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya, seperti inovasi, budaya kohesif, atau pelaksanaan yang baik. Strategi bersaing adalah : pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan didalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi. Strategi bersaing bertujuan menegakkan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri, yang mana pada akhirnya adalah untuk menanggulangi dan mengubah aturan itu demi kepentingan perusahaan.

PT. BPRS Carana Kiat Andalas adalah satu bank dengan sistem syariah yang berada di Nagari Padang Lua, bank ini merupakan satu-satunya bank yang beroperasi secara syariah diantara banyak bank lain yang beroperasi secara konvensional yang telah lama lahir dan dikenal oleh masyarakat yang ada di sekitar Pasar Nagari Padang Lua namun dalam perkembangannya PT. BPRS Carana Kiat Andalas terus mengalami peningkatan jumlah nasabah baik pendanaan ataupun pembiayaan setiap

tahunnya.

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Nasabah Pendanaan dan Pembiayaan

PT. BPRS Carana Kiat Andalas

(2015-2017)

NO	TAHUN	PEMBIAYAAN	%	PENDANAAN	%
1.	2015	41	17,15	11722	93,28
2.	2016	117	48,95	12169	96,84
3.	2017	239		12566	

Sumber : PT. BPRS Carana Kiat Andalas

Berdasarkan uraian di atas terlihat perkembangan jumlah nasabah PT. BPRS Carana Kiat Andalas yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, untuk mendapatkan pangsa pasar yang potensial dibutuhkan strategi bersaing yang tepat merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang harus dihadapi oleh PT.BPRS Carana Kiat Andalas.

Apabila konsep strategi tidak jelas, keputusan yang diambil akan bersifat subyektif dan berdasar pada intuisi dan mengabaikan keputusan yang lain maka PT BPRS Carana Kiat Andalas akan kesulitan dalam merebut Pangsa Pasar yang notabennya merupakan nasabah potensial dari bank konvensional namun dalam perkembangannya PT.BPRS Carana Kiat

Andalas mampu untuk bersaing dalam mendapatkan pangsa pasar serta terus mengalami peningkatan jumlah nasabah. Oleh karena itu, setiap bisnis dituntut untuk menentukan strategi-strategi yang tepat, aktif dan rasional untuk mencapai tujuan perusahaan, mengimplementasikan misinya dan unggul dalam menghadapi persaingan kompetitif dibandingkan dengan strategi-strategi pesaing.

Berpedoman dari latar belakang di atas maka peneliti mencoba untuk mengetahui strategi yang digunakan PT.BPRS Carana Kiat Andalas dalam meningkatkan daya saing dalam mendapatkan pangsa pasar sehingga penulis akan mengambil judul **STRATEGI MEREBUT NASABAH ANTAR BANK OLEH PT. BPRS CARANA KIAT ANDALAS.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dikemukakan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Di Nagari Padang Lua jumlah Bank Konvensional lebih banyak dibandingkan Bank Syariah.
2. PT.BPRS Carana Kiat Andalas adalah satu-satunya bank yang beroperasi secara syariah yang berada di Nagari Padang Lua.
3. Perkembangan jumlah nasabah pendanaan dan pembiayaan PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam tiga tahun terakhir terus mengalami peningkatan.

4. Strategi yang digunakan PT.BPRS Carana Kiat Andalas dalam merebut Pangsa Pasar Bank Konvensional.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Karena adanya keterbatasan waktu, dana dan tenaga, teori-teori, dan supaya peneliti dapat dilakukan secara lebih mendalam, maka tidak semua masalah akan diteliti. Untuk itu maka peneliti menentukan fokus penelitian sebagai berikut:

a. Dalam penelitian yang dilakukan penulis terhadap Strategi dalam merebut nasabah antar bank oleh PT.BPRS Carana Kiat Andalas yaitu di fokuskan pada strategi bersaing yang digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam mendapatkan nasabah dalam persaingan antar bank yang ada di Pasar Nagari Padang lua.

b. Karena luasnya asumsi yang dapat diambil dari teori dan keadaan riil obyek dilapangan maka peneliti memfokuskan terhadap Strategi bersaing yang digunakan oleh PT.BPRS Carana Kiat Andalas untuk menguatkan posisi pasar dan meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi *Product, Price, Promotion and Place* .

2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan pokok

permasalahan adalah: Bagaimana strategi yang digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam menghadapi persaingan dengan bank lain untuk menguatkan posisi pasar dan meningkatkan jumlah nasabah.

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian yang penulis lakukan ini adalah untuk menjelaskan lebih jauh tentang strategi bersaing yang digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas untuk menghadapi persaingan antar bank di Pasar Nagari Padang Lua dalam persaingan untuk menguatkan posisi pasar dan meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi *Product, Price, Promotion and Place* .

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

   Hasil penelitian ini diharapkan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE)

b. Bagi Akademisi

   Hasil penelitian ini di harapkan bisa memberikan kontribusi pemikiran tentang strategi bersaing yang baik dan benar.

c. Bagi pihak Bank

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi untuk mengevaluasi, melengkapi, dan memperbaiki apa saja yang telah dilakukan terutama dalam hal persaingan untuk menguatkan posisi pasar dan meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi *Product, Price, Promotion and Place* .

F. Penjelasan Judul

Strategi : Suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada didalam lingkungan.

Merebut nasabah : kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan perusahaan dari persaingan dalam menguatkan posisi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah diantara perusahaan lainnya dalam strategi produk, harga, promosi dan letak.

PT. BPRS Carana Kiat Andalas : Salah satu Lembaga Keuangan Syariah yang melayani jasa-jasa perbankan syariah.

Berdasarkan judul diatas maka yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan melalui strategi produk, harga, promosi dan letak untuk

menentukan keunggulan perusahaan dari pesaing dalam meningkatkan jumlah nasabah.

G. Kajian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh **Reni Rahmawati** BP 1404059 dengan judul " Strategi Promosi Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing pada BMT Al Hijrah Bukittinggi " yakni dengan menerapkan suatu rencana promosi yang tepat dan sesuai dalam rangka daya saing pada produknya.
2. Skripsi **Ahrina Ahdar** jurusan Ekonomi Islam nim 3212.014 di IAIN Bukittinggi dengan judul" Analisis Strategi Bank Syariah Mandiri dalam Grebek Pasar dalam menjaring nasabah. Dalam penelitian ini dampak Seiring perkembangan suatu bisnis yang membuat pesaing menjadi ketat banyak perusahaan yang berlomba- lomba meningkatkan fasilitas prasarana, dan berbagai manfaat lainnya kepada pelanggannya. Hal tersebut juga terjadi pada Industri Perbankan Syariah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh. Terus melakukan strategi inovasi- inovasi pemasaran Produk Dana dan Jasa yaitu dimana di antaranya: Grebek Pasar, Door to Door (dari rumah ke rumah), Pik Up Service. Dari tiga strategi ini lah yang dilakukan pihak Bank Syariah Mandiri. Sumber data menggunakan Data Primer dan Data sekunder.

3. Skripsi dari **Amsep** tahun 2008 menulis tentang Strategi bersaing dalam meningkatkan penjualan pada Usaha Mikro Sanjai Mintuo Bukittinggi. Peneliti membahas tentang bagaimana strategi bersaing yang dilakukan oleh Sanjai Mintuo Bukittinggi. Peneliti ini mengkhususkan penelitiannya tentang manajemen pemasaran, strategi bersaing perusahaan dalam menghadapi pesaing bisnis dalam daerah Bukittinggi. Aspek yang diteliti adalah strategi bersaing generik yaitu menelaah variabel-variabel yang menekankan adanya strategi diferensiasi.

Sedangkan dalam penelitian yang penulis teliti membahas tentang bagaimana strategi bersaing yang digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam melakukan persaingan antar bank untuk meningkatkan jumlah nasabah .

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dan agar lebih terarah penulisan penelitian ini maka dapat dilihat pada sistematika penulis adapun sistematika penulisannya dibagi menjadi beberapa bab dimana terdapat

BAB I : Pendahuluan

Merupakan bagian pertama dalam bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah,

tujuan penelitian,manfaat dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu, sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Merupakan bab landasan teori yang berisi-teori yang mendukung permasalahan yang penulis angkat di atas memuat uraian mengenai ruang lingkup strategi bersaing.

BAB III : Metodologi Penelitian

Yang berisi tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, tekhnik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Yang berisi tentang hasil dari penelitian terkait strategi dalam merebut nasabah antar bank oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas di Pasar Nagari Padang Lua dan gambaran umum tentang PT. BPRS Carana Kiat Andalas.

BAB V : Penutup

Memberikan kesimpulan terhadap pembahasan atas bab-bab sebelumnya yang

telah diteliti dapemn dianalisa, maka bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Secara etimologis strategi berasal dari kata Yunani *strategos* yang berarti jenderal. Strategi pada mulanya berasal pada peristiwa peperangan, yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, dan agama.

Menurut Philip Kotler strategi merupakan serangkaian rencana yang dirancang dimana didalamnya berisikan bagaimana sebuah usaha akan dijalankan sesuai dengan tujuan dari pendirian usaha itu sendiri. Kotler juga mengemukakan bahwa strategi adalah perekat yang bertujuan untuk membangun citra yang berbeda kepada pasar sasaran.

Adapun menurut Hendri Mintzberg yang dikutip oleh Hendrawan Supratikno, lima pengertian strategi adalah:[1]

a. *Plan* adalah suatu tuntunan atau tindakan yang akan dilakukan, sesuatu yang memberi arah bagi tindakan-tindakan dimasa depan.

b. *Patern* adalah perilaku yang konsisten antar waktu.

[1]Hendrawan Supratikno,dkk Advance, *Strategic Management*, Jakarta : Pt Gramedia Pustaka Utama, 2003,hlm. 3-4

c. *Position* adalah penentuan posisi pada kontek persaingan.

d. *Perspective* adalah bagaimana suatu organisasi menjalankan kegiatannya.

e. *Play* yaitu kumpulan manufer untuk mengecoh pesaing.

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang maupun damai.

Secara eksplisit, strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran. Intinya, strategi adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing.[2]

Oleh karena itu strategi dapat dipandang sebagai suatu alat yang dapat menentukan langkah perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dan mengarah pada upaya menciptakan keunggulan bersaing.[3]

---

[2] . Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (yogyakarta : ANDI, 2012) hlm. 15.

[3] . AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2005) hlm. 28-29.

2. Tujuan Strategi

Tujuan strategi adalah tujuan yang berdimensi jangka panjang, yang merupakan hasil yang diharapkan tercapai pada beberapa periode atau tahun yang akan datang. [4]

Dimana tujuan strategi merupakan penetapan sasaran pada tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta lokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Pada definisi strategi tidak jauh dengan tujuan dari strategi, seperti pendapat dari para ahli bahwa strategi adalah mengenai keunggulan kompetitif. Satu-satunya tujuan dari perencanaan strategi adalah memungkinkan perusahaan memperoleh seefesien mungkin keunggulan yang dapat mempertahankan atas saingan mereka. Strategi koorperasi dengan demikian mencerminkan usaha untuk mengubah kekuatan perusahaan relatif terhadap persaingan dengan seefesien mungkin.

Sedangkan para ahli lain berpendapat bahwa strategi ini merupakan strategi yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing bidang atau unit pekerjaan. Penyusunan strategi dapat dilakukan dengan modal tertentu seperti dengan menggunakan model analisis, salah satu model dari analasis tersebut adalah analisis SWOT.

---

[4]Muslich, *Binnis Syariah Perspektif Mua'malah dan Manajemen*, (Yogyakarta : sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, 2007), cet ke -1,h213

3. Tingkatan Strategi

Didalam perusahaan ada dua tingkatan strategi, yaitu strategi perusahaan secara keseluruhan dan strategi unit biasa.

a) Strategi tingkat (korporasi) : Menyangkut masalah dalam bisnis apa perusahaan berada dan apa bisnis utama perusahaan. Perusahaan dapat digolongkan dalam tiga kategori, yaitu :[5]

(1) Bisnis tunggal, yaitu perusahaan yang bergerak dalam satu lini bisnis saja.Misalnya perusahaan computer Apple dan restoran Mc Donal.

(2) Diversifikasi yang berhubungan, yaitu perusahaan yang bergerak dalam beberapa bisnis dan bisnis tersebut memanfaatkan kemampuan inti perusahaan. Misalnya perusahaan Protek dan Gambler, yang bergerak dalam bisnis popok pampers, deterjen dan sabun.

(3) Bisnis yang tidak ada hubungannya yaitu perusahaan yang bergerak dalam suatu bisnis yang berbeda beda dan bisnis yang satu tidak ada hubungannya dengan bisnis lainnya.Misalnya perusahaan Internal Telephone and Telegraph (ITT) dengan unit bisnisnya asuransi dan hotel.

[5]Denny Bagus, *Konsep Strategi : Defenisi, Perumusan Tingkatan Dan Jenis Strategi,* (Online), diakses 28 juni 2018

b) Strategi tingkat unit bisnis, menyangkut masalah apa misi unit bisnis dan keunggulan kompetitif apa yang di gunakan dalam menjalankan misi tersebut.

4. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan. Dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perumusan strategi meliputi penentuan misi perusahaan, penentuan tujuan-tujuan yang hendak dicapai, pengembangan strategi dan pedoman.

Perumusan strategi seringkali ditunjukkan sebagai perencanaan strategi jangka panjang. Seperti ditujukan dalam model manajemen strategi, proses perumusan berurusan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Agar semua ini tercapai pembuat strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) pada situasi sekarang.

5. Strategi dalam Islam

Sedangkan strategi dalam Islam mengandung makna pengelolaan agar menjadi lebih baik, dalam koridor kebenaran sesuai syariah, tidak menghalalkan secara cara, terorganisasi rapi, dan *itqan* (tepat, tuntas, profesional), mengandung kemaslahatan dunia hingga akhirat. Penyusunan formulasi strategi dan implementasi strategi dalam konsep manajemen strategi syariah harus mengutamakan ketentuan/hukum dan aturan halal

dan haram dalam ekonomi dan bisnis sesuai Alquran dan Hadist Rasulullah SAW, penggunaan strategi yang berbasis Islam/syariah mutlak diperlukan dalam penerapan manajemen strategi syariah di perusahaan, berdasarkan firman Allah QS. Ash-shaff : 4

إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلَّذِينَ يُقَٰتِلُونَ فِي سَبِيلِهِۦ صَفًّا كَأَنَّهُم بُنْيَٰنٌ مَّرْصُوصٌ ٤

Artinya : 4: "*Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh"*

Hal ini memang sangat ditekankan oleh Rasulullah SAW pada masa berdakwah di madinah, dimana yang harus ada untuk mewujudkan organisasi yang kokoh yaitu, kesesuaian konsep dan pelaksanaan dalam organisasi, soliditas tim, ketetapan mengukur dan mengetahui kekuatan dan tantangan, konsep kesungguhan dalam bekerja dan berjuang, serta memiliki kader yang solid. Ayat ini menjelaskan bahwa Allah menyukai mukmin yang kokoh maksudnya adalah bahwa soliditas organisasi, masing-masing bisa saling menguatkan satu dengan yang lain bersinergi dalam bekerja serta memiliki program yang jelas, termasuk pembagian pelaksanaan program harus tepat.[6]

B. Pemasaran

Pemasaran suatu faktor yang penting dalam siklus yang bermula dan berakhir dalam kebutuhan konsumen dan mengkombinasikan-nya

[6]. Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah* (Jakarta : Zikrul Hakim, 2015) hlm. 73

dengan data pasar. Kebanyakan orang mengatakan bahwa pemasaran adalah serangkaian kegiatan ekonomi yang mencakup penjualan, permintaan atau pembelian dan harga. Dalam kegiatan pemasaran tidak hanya mencakup transaksi jual beli, tetapi pemasaran lebih luas kegiatan penjualan. Oleh karena itu pemasaran adalah kegiatan vital dalam beberapa organisasi baik organisasi profit maupun non profit yang didalamnya menyediakan barang dan pelayanan. Maka keberhasilannya tergantung sekali pada kemampuan dari organisasi tersebut dalam memahami dan menemukan segala yang dibutuhkan pelanggannya.

C. Strategi Pemasaran

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

1. Strategi Pemasaran Berdasarkan Pangsa Pasar

Strategi pemasaran bisa digolongkan atas dasar pangsa pasar yang diperoleh suatu perusahaan maka terbagi atas 4 kelompok :

a. *Market Leader* adalah perusahaan yang memegang bagian terbesar dalam pasar yang memiliki karakteristik memiliki pangsa pasar

40% dan menjadi pusat orientasi pesaing untuk diserang, ditiru dan dijauhi. Ini merupakan pangsa pasar yang besar seringkali luas distribusi pengaturan dengan pengecer. Ini biasanya aadalah pemimpin industry dalam mengembangkan inovasi baru model bisnis dan produk baru .

b. *Market Challenger* adalah suatu perusahan dalam yang kuat, tetapi bukan posisi dominan yang mengikuti strategi agresif mencoba untuk mendapatkan pangsa pasar. Ini biasanya menargetkan pemimpin industri. Disebut penantang pasar apabila pangsa pasar yang dikuasai berada pada kisaran 30%
c. *Mareket Follower*, pengikut pasar adalah suatu perusahaan dalam yang kuat, tetapi bukan posisi dominan yang konten untuk tetap pada posisi itu. disebut pengikut pasar apabila pangsa pasar yang dikuasai berada pada kisaran 20%.
d. *Market Nicher* disebut juga penggarap relung pasar apabila pangsa pasar yang dikuasai berada pada kisaran 10% atau kurang.

2. Strategi Pemasaran Bauran Pemasaran (*Marketing Mix)* (4P)

Bauran pemasaran (*marketing mix)* adalah variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang terdiri dari segala sesuatu hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya, *marketing mix* merupakan salah satu strategi

pemasaran yang menggabungkan elemen-elemen dalam *marketing mix* yang dilakukan secara terpadu. Artinya setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain. [7] Elemen yang ada dalam marketing mix adalah *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *place* (lokasi). Oleh sebab itu, setiap elemen membutuhkan strategi tersendiri yang akan tetap terkait dengan strategi pada elemen lainnya.

a) Strategi Produk

Salah satu tugas utama dan tanggung jawab mereka yang berkecimpung dibidang manajemen pemasaran adalah memikirkan desain produk. Mereka yang ada dibagian ini harus secara terus menerus memberikan saran perbaikan, perubahan desain produk disesuaikan dengan keinginan pembeli.

b) Strategi Harga

Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen. Bagian pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam mencari dan mengumpulkan informasi yang berguna untuk penetapan harga karena merekalah yang berhubungan langsung dengan konsumen.

[7] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Rajawali pers : 2015) hal. 186.

c) Strategi Lokasi

Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada.[8]

d) Strategi Promosi

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

3. Strategi Pemasaran Syariah

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

Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam,sepanjang dalam segala proses transaksinya

[8] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hal.206

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

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

Hal ini berarti bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan,nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.[9]

Strategi dalam Islam (Syariah Marketing) yaitu :

a. Rabbaniyyah

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

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

b. Akhlakiyyah

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

c. Al-Waqiyyah

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

d. Insaniyyah

Keistimewaan syariah marketer yang lain bisa di lihat dari sifatnya yang humanistis universal, yaitu : bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannnya terjaga dan terpelihara. Syariat Islam sendiri diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status.[10]

D. Strategi Bersaing

Menurut Porter ada dua alasan mendasar dalam menentukan strategi bersaing perusahaan. Pertama adalah daya tarik industri yang di tujukan oleh profitabilitas industri dalam jangka panjang. Kedua, analaisis terhadap berbagai faktor yang akan menentukan posisi persaingan di dalam Industri. Strategi bersaing perusahaan merupakan langkah-langkah strategi yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan dan bertahan terhadap terhadap tekanan persaingan.

Keunggulan bersaing dalam pasar akan memudahkan perusahaan untuk meraih keuntungan lebih besar dari pada pesaing dan memberikan kesempatan hidup lebih lama dalam persaingan. Strategi perusahaan dapat

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

dijalankan secara ofensif atau defensif atau dilakukan bergantian sesuai dengan kondisi di lapangan.[11]

1. Startegi Bersaing Bauran Pemasaran 4P (Produk, harga, lokasi dan promosi).

a. Strategi Produk

Dalam strategi ini kita perlu memperhatikan kualitas dari produk kita itu sendiri, dalam hal ini mengartikan bahwa kita harus menjual produk kepada calon pembeli yang merasa mereka butuh untuk membeli bukan hanya sekedar ingin membeli.

Kotler dan keller mendefenisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Namun, ditinjau dari perspektif islam terdapat batasan tentang defenisi produk.

Menurut Al-Muslih terdapat tiga hal yang harus di penuhi dalam mendapatkan produk :

a. Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak / kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik.
b. Produk yang diperjual belikan adalah produk halal, harus ada nilai gunanya atau bermanfaat serta tidak membahayakan orang lain.

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

c. Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

Strategi produk yang dilakukan oleh perbankan dalam mengembangkan produk adalah sebagai berikut[12]:

1) Penentuan logo dan moto

Logo merupakan cirri khas suatu bank, sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat. Pertimbangan pembuatan logo dan moto harus memiliki arti dalam artian positif, menarik perhatian dan mudah diingat.

2) Menciptakan merk

Merk sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya, penciptaan merk harus mempertimbangkan faktor-faktor antara lain mudah diingat, terkesan modern dan menarik perhatian.

3) Menciptakan kemasan

Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah disamping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, bilyet, giro atau tabungan kredit.

[12] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Rajawali pers) hal. 191

4) Keputusan label

Didalam label tersebut dapat menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya dan informasi lainnya.

5) Penentuan logo dan moto

Logo merupakan cirri khas suatu bank, sefangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat. Pertimbangan pembuatan logo dan moto harus memiliki arti dalam artian positif, menarik perhatian dan mudah diingat.

6) Menciptakan merk

Merk sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya, penciptaan merk harus mempertimbangkan faktor-faktor antara lain mudah diingat, terkesan modern dan menarik perhatian.

7) Menciptakan kemasan

Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah disamping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, bilyet, giro atau tabungan kredit.

8) Keputusan label

Didalam label tersebut dapat menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya dan informasi lainnya.

b. Strategi Harga

Penetapan harga adalah hal penting. Karena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima. Harga harus ditentukan dengan benar dalam arti tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Bila terlalu tinggi konsekuensinya produk dan jasa mungkin tidak akan laku, namun sebaliknya bila ditetapkan terlalu rendah menyebabkan kerugian. Di luar perhitungan untung-rugi, harga juga menentukan keberlanjutan suatu produk. Produk yang terlanjur ditetapkan dengan harga tinggi pada awal peluncuran produk maka akan di persepsi sebagai produk mahal, dan bila hal ini tidak diikuti dengan kualitas produk yang baik atau dengan kualitas layanan yang tinggi maka produk tersebut akan sulit bertahan di pasar. Dan sebaliknya bila suatu produk diluncurkan dengan harga murah sehingga suatu ketika dijual dengan harga lebih mahal, maka pasar akan menolak untuk tidak membelinya. Bagi perbankan syariah harga adalah bagi hasil. [13]

[13] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* ,Edisi pertama (Yogyakarta ; Graha ilmu,2013) hal. 114

c. Strategi Lokasi

Lokasi bank adalah *(net-working)*dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah. Terdapat beberapa aspek penentuan lokasi bank, diantaranya adalah :

a) Dekat dengan pasar
b) Dekat dengan perumahan
c) Tersedia tenaga kerja baik jumlah dan kualitas
d) Tersedia fasilitas transportasi.
e) Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik,air,telepon.
f) Dukungan masyarakat.
g) Dekat dengan kantor BI
h) Biaya Investasi (tanah dan bangunan)
i) Prospek perkembangan harga tanah dan bangunan
j) Kemungkinan untuk perluasan lokasi
k) Adanya insentif pajak atau kemudahan dalam peraturan kepegawaian. [14]

d. Strategi Promosi

Promosi adalah kegiatan memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan

[14] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* ,Edisi pertama hal. 129

produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki, harga, di mana dan cara memperolehnya.[15]

Pada umumnya bauran promosi (*Promotion Mix)* terdiri dari[16]:

a) iklan (*advertising)*

Merupakan bentuk promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, atau gambar, atau kata-kata yang tertuang dalam bentuk brosur, spanduk, baliho (*billboard)*, koran, majalah, televisi, radio, atau media-media publik lainnya seperti internet, televisi kabel,dll.

b) Promosi penjualan *(Sales promosi)*

Merupakan bentuk promosi yang ditunjukkan untuk meningkatkan penjualan secara langsung melalui kegiatan-kegiatan potongan harga, pemberian hadiah baik langsung maupun secara undian untuk produk tertentu, pada tempat dan waktu tertentu.

c) Publisitas *(publicity)*

Adalah bentuk promosi yang ditunjukkan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberitakan atau menyiarkan kegiatan positif peusahaan melalui kegiatan sponsorship atau melalui kegiatan amal dan sosial.

---

[15] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* , hal.133
[16] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* , hal 135

d) Pejualan personal *(Personnel selling)*

Merupakan bentuk promosi dengan melakukan kegiatan penjualan secara langsung secara personal atau secara pribadi kepada konsumen.

2. Strategi Bersaing dalam Islam

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

a. Pihak-pihak yang bersaing

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

Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaik-baiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis, ia tidak akan takut akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezeki hanya karena

anggapan rezeki itu di ambil pesaing. Hal ini dijelaskan dalam ayat Al-quran Al-Mulk ayat 15:

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

"Dialah yang menjadipkan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki- Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan."[17]

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

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

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

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

E. Cara bersaing

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

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

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

mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

I. Metode Penelitian

1. jenis Penelitian

Sesuai dengan masalah yang di angkat, maka Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan *(field research)* yang bersifat kualitatif, sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Adapun pokok permasalahan yang akan diteliti adalah tentang Strategi yang digunakan oleh PT.BPRS Carana Kiat Andalas dalam Merebut Pangsa Pasar (Nasabah) Antar Bank Oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas melalui strategi 4P.

2. Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi dan seting penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah PT. BPRS Carana Kiat Andalas yang ada di dekat Pasar Nagari Padang Lua.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dimulai pada awal bulan juni sampai akhir Juli 2018. Pengumpulan mengumpulkan data-data atau informasi mengenai semua bahan yang berkaitan dengan Strategi Merebut Nasabah Antar Bank Oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas.

4. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dimana data diperoleh, apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut Responden. Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan pengumpulan data, sumber data penelitian terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli . Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama yaitu perilaku individu atau masyarakat, melalui penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah strategi produk, harga, promosi dan lokasi yang didapat dari wawancara dengan Direktur atau manager *founding* PT. BPRS Carana Kiat Andalas.

b. Sumber Data sekunder

Yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, berupa bukti, catatan atau laporan histories yang tersusun dalam arsip .

5. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

a. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Metode ini dipergunakan untuk memperoleh data secara lisan dari PT.BPRS Carana Kiat Andalas.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melaui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari satu pihak yang mewancarai dan jawaban di berikan oleh yang diwawancarai. Kedudukan kedua belah pihak berbeda ini terus dipertanyakan selama proses tanya jawab berlangsung, berbeda dengan dialog yang kedudukan pihak-pihak terlibat bisa berubah dan bertukar fungsi setiap saat, waktu proses dialog sedang berlangsung.[18]

b. Dokumentasi yaitu berupa data tambahan yang berupa data tertulis, dan juga dokumen yang berupa gambaran umum perusahaan, jumlah nasabah ataupun struktur organisasi perusahaan.

Dokumen adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, menyangkut persoalan pribadi, dan memerlukan

[18] Abdurrahman Fatoni, *Metedologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rinekha cipta 2006), hal 105

interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan konteks rekaman peristiwa.[19]

c. Metode Observasi Langsung

Metode obsevasi langsung yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengamati langsung terhadap gejala obyek yang diselidiki baik pengamatan itu dilakukan dalam situasi buatan yang khusus diadakan. Metode ini digunakan untuk mendukung data yang telah diperoleh sehingga data yang diperoleh benar-benar akurat.

6. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggunakan data referensi baik berupa literature maupun artikel-artikel dan menggambarkan apa yang terjadi di lapangan kemudian dilanjutkan dengan penyusunan secara sistematika, kemudian diolah dan analisis dengan mengunakan metode analisis kualitatif dan selanjutnya ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode deduktif, yakni berpikir dari hal yang umum menuju kepada hal yang khusus atau spesifik dengan menggunakan perangkat normatif sehingga dapat memberikan jawaban yang jelas atas permasalahan dan tujuan penelitian.

[19] Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2008), hal 134

Selanjutnya hasil penelitian ini dilanjutkan dengan mengunakan metode analisa SWOT, untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor ekternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

a. Faktor ekternal

Faktor ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O and T). dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalm pembentukan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri(*industry enviroment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.[20]

b. Faktor internal

Faktor ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembentukan keputusan perusahaan. Faktor ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan.[21]

[20]Irham fahmi, *Manajeman Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta,2014), hlm.348
[21]Irham fahmi, *Manajeman Teori,Kasus dan Solusi*, hlm.348-350

Dalam rangka menciptakan suatu analisa SWOT yang baik dan tepat maka perlu kiranya dibuat suatu model analisi SWOT yang *representativ,* yaitu kita melakukan penyesuian analisis berdasarkan kondisi yang ada. Untuk memyusun suatu formula SWOT yang *representative* adalah dengan menempatkan tahapan-tahapansebagai berikut:

a) Menyusun dan menentukan faktor-faktor strategis ekternal dan internal suatu perusahaan

Menyusun dan menghitung bobot, rating, dan skor untuk tabel ekternal dan internal dibuat dengan teknik skala sebagai berikut:

1) Bobot nilai

(1.) 0,25 = tertinggi

(2.) 0,20 = sedang

(3.) 0,15 = rendah

(4.) 0,10 = sangat rendah

2) Rating nilai

(1.) 4 = sangat penting

(2.) 3 = penting

(3.) 2 = cukup penting

(4.) 1 = tidak penting

3) Skor nilai

Untuk skor nilai dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut :

SN = BNxRN

Keterangan :

SN = skor nilai

BN = bobot nilai

RN = rating nilai

Tabel 3.1

Analisa matrik IFE&EFE

Uraian	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
1. **Strengths(kekuatan)**			
1. Item dari strengths	Nilai	Nilai	Nilai
2. Item dari strengths	Nilai	Nilai	Nilai
2. **Weaknesses (kelemahan)**			
1. Item dari weaknesses	Nilai	Nilai	Nilai
2. Item dari weaknesses	Nilai	Nilai	Nilai
3. **Oppourtunities (peluang)**			
1. Item darioppoutunities	Nilai	Nilai	Nilai
2. Item darioppoutunities	Nilai	Nilai	Nilai
4. **Threats (ancaman)**			
1. Item dari threats	Nilai	Nilai	Nilai

	2. Item dari threats	Nilai	Nilai	Nilai

Sumber: Irham fahmi, Manajeman Teori, Kasus dan Solusi, (Bandung : Alfabeta,2014)

Pada setiap kolom untuk bobot, rating dan skor tersebut diisi dengan nilai, dimana nilai yang diperoleh dari data di lapangan baik berupa kualitatif maupun kuantitatif kemudian diolah berdasrkan analisa peneliti yang bersangkutan. [22]

a. Menganalisa dan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matrik SWOT

Pada tahap ini selanjutnya dilakukan penetuan keputusan dengan menempatkan pendekatan matrik SWOT. Dimana setipa hubungan tersebut diberikan solusi yang harus dilakukan, untuk lebih jelas dapat kita lihat gambar di bawah ini.

Tabel 3.2

Tabel format menganalisa dan menetukan keputusan strategis dengan pendekatan matrik SWOT

IFE / **EFE**	Strengths (S) Kekuatan	Treats(T) (kelemahan)
Oppoutunities (O) (peluang)	Strategi untuk **SO**	Strategi untuk **WO**

[22]Irham Fahmi, *ManajemanTeori,KasusdanSolusi*, hlm.351

Weaknesses (W) (ancaman)	Strategi untuk **ST**	Strategi untuk **WT**

Sumber : Irsham Fahmi, Manajeman Teori, Kasus dan Solusi, (Bandung: Alfabeta, 2014)

Dalam hal ini berdasarkan nilai peringkat dan pembobotan yang kemudian dikalikan akan memperoleh hasil kombinasi antara beberapa situasi sebagai berikut:

1. (kekuatan, kesempatan atau S,O) artinya perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan kesempatan yang bisa memanfaatkan kekuatan untuk menggunakan peluang sebaik-baiknya.
2. (kelemahan, kesempatan atau W,O) artinya perusahaan harus membuat strategi bagaimana memninimalkan kelemahan yang selalu mucul dalam perusahaan dengan memnfaatkan peluang yang menguntngkan.
3. (kekuatan, ancaman atau S,T) artinya perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan baik dalam hal management, sistem pemasaran maupun kemampuan financial untuk mengatasi ancaman.

4. (kelemahan, ancaman atau W,T) artinya perusahaan harus meminimalkan kelemahan danmenghindari ancaman.[23]

[23]Irham Fahmi,*ManajemanTeori,KasusdanSolusi*,(Bandung:Alfabeta,2014), hlm.352

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan

1. Sejarah dan Latar Belakang Berdirinya BPRS Carana Kiat Andalas

Dengan Semboyan ‘Untuk Nusa Kubangun Desaku’ , Berkumpul 10 orang mantan Gerakan Pemuda Banuhampu (GPB) dan mereka merencanakan untuk mendirikan sebuah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang kemudian diberi nama dengan BPRS Carana Kiat Andalas. BPRS Carana Kiat Andalas, berlokasi di Jl. Datuak Tan Malaka Km. 2, Kec. Banuhampu Kabupaten Agam.

Bank Perkreditan Rakyat ini bersendikan syari’ah Islam (BPRS) yang berbentuk perseroan Terbatas (PT),dan telah mendapat persetujuan Pemerintah Republik Indonesia serta retu dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Jakarta terhitung sejak bulan Mei 1997.

Pemilihan nama Perseroan , lokasi kantor dan aplikasi syari’ah untuk beroperasi telah mendapat pertimbangan sepenuhnya yaitu tolak ukur keberhasilan menajemen Bank tersebut nantinya bukan semata-mata “Profit Motif” dari pengelolahan potensi, melainkan kepuasan masyarakat Banuhampu dan masyarakat Kabupaten Agam umumnya. yang

menggunakan fasilitas Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Carana Kiat andalas.

Bank Andalas ini didirikan dengan Akte Notaris Ny. Asni Sayati Latif, SH (Tanggerang) no. 739 tanggal 30 November 1996. dan telah mendapat persetujuan dari Departemen Kehakiman Republik Indonesia melalui surat keputusan No. C-2.2002 HT. 01. 01 tahun 1997 tanggal 11 Februari 1997. dan mulai beroperasi tanggal 9 Juni 1997 sesuai SK MEnkeu No. Kep-228/Km.17/1997 tertanggal 28 Mei 1997. BPRS ini diresmikan tanggal 5 Agustus 1997 oleh Mamak Dt.S. Rajo Endah Nan Batuah, Ketua Lembaga Kerapatan Adat Minangkabau Banuhampu.

Pendiri PT. BPRS Carana Kiat Andalas ini terdiri dari 17 orang, dengan modal dasar RP. 400.000.000,- dan modal disetor Rp. 125.000.000.,-Para pendiri BPRS Carana Kiat Andalas adalah sebagai berikut:

1. Prof.Dr.H.Amir Syarifuddin.
2. Drs.Muslim Mulyani.
3. H.Darnis Habib.
4. H. Anas.
5. H.Darsyah.
6. Ir.H.Salman Sayuti.

7. Ir.H.Zaizar Mawardi.
8. Drs.H.Jusfar Maulana.
9. H.Willem Nastin.
10. H.Oesman Zen (alm).
11. Drs.H.Nizar Chan.
12. Dra .Zuraida.
13. Prof.Dr.Azwar Agoes.
14. Ir.Edi Yosfi.
15. Drs.H.Herman Djanain.
16. Drs.H.Darias.
17. H.Zulharbi Salim.

Pengoperasian Bank Syari'ah ini mendapat tanggapan positif dan memperoleh support dari setiap lapisan masyarakat Banuhampu, Bank Syari'ah ini merupakan Lembaga monumental untuk pengembangan Kecamatan Banuhampu secara menyeluruh.

Sesuai dengan perkembangan usaha dan kineraja manajemennya, tentunya ekspansi kegiatan bank syari'ah ini akan sanggup melampaui batas-batas daerah kecamatan Banuhampu guna mendapatkan nasabah yang lebih banyak, bukan hanya untuk daerah Banuhampu saja.

2. Tujuan Pendirian BPRS Carana Kiat Andalas dan konsep BPRS Carana Kiat Andalas

a) Membantu meningkatkan taraf hidup orang Islam, khususnya golongan menengah kebawah melalui pembiayaan yang diberikan.

b) Menampung dan menjaga dana umat Islam yang ingin terbebas dari system bunga untuk dikelola secara professional sesuai dengan Syari'ah Islam.

3. Visi dan Misi PT. BPRS Carana Kiat Andalas

Adapun Visi PT.BPRS Carana Kiat Andalas adalah sebagai berikut :

a) PT. BPRS Carana Kiat Andalas tidak bersifat menunggu datangnya fasilitas melainkan bersifat aktif dengan melakukan sosialisasi terhadap usaha kecil yang membutuhkan tabahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang baik.

b) PT. BPRS Carana Kiat Andalas memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya yang dengan mengutamakan bahwa usaha skala menengah dan usaha kecil.

c) PT. BPRS Carana Kiat Andalas mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan dan tingkat kompetitif produk yang akan diberikan pembiayaan.

d) PT. BPRS Carana Kiat Andalas juga menyediakan kantor kas pembatu di lokasi yang strategis, seperti di padang luar, pasar bawah dan lainnya.

e) Menerapkan servis *excellence* melalui pelayanan antar jemput *door to door.*

f) Menampung bentuk zakat yang akan disalurkan pada yang berhak seperti membantu pengusaha muslim yang membutuhkan bantuan dana melalui Qardhul Hasan.

Adapun misi PT. BPRS Carana Kiat Andalas adalah sebagai berikut :

1. BPRS Carana Kiat Andalas adalah Lembaga Keuangan yang menerapkan sistem dan Operasional perbankan berdasarkan syari'ah Islam sehingga bank ini akan dijalankan dengan mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian yang sesuai dengan Alqur'an dan Al-hadist.
2. BPRS Carana Kiat Andalas tidak mempergunakan perangkat bunga, melainkan berdasarkan prinsip bagi hasil dan jual beli yang sesuai dengan syari'ah.
3. BPRS Carana Kiat Andalas dikelola oleh tenaga-tenaga muslim yang professional yang insya Allah akan menampilkan sosok BPRS yang sehat dan berkualitas dan memenuhi harapan.

4. Usaha dan Produk-produk BPRS Carana Kiat Andalas

a. Usaha atau kegiatan BPRS dalam operasionalnya sehari-hari adalah dalam bentuk penghimpunan dana atau simpanan berupa tabungan dan deposito serta dalam penyaluran dananya berupa pembiayaan dengan prinsip jual beli.

b. Fasilitas layanan yang terdapat pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas

1) Untuk tabungan layanan antar jemput, dapat juga diantar langsung pada kantor layanan kas terdekat.

2) Untuk pembiayaan, pembayaran dapat dijemput oleh petugas bank setiap tanggal angsuran atau dapat dipotong langsung dari tabungan.

c. Penarikan tabungan dapat dilakukan setiap hari kerja pada kantor layanan kas atau kantor pusat maupun petugas yang di lapangan.

Dalam operasionalnya, BPRS Carana Kiat Andalas memberi pelayanan kepada maasyarakat dalam menghimpun dana dan menyalurkan dana. Dalam menghimpun dana dari masyarakat BPRS Carana Kiat andalas mempunyai beberapa produk diantaranya :

1. Tabungan

a. Tabungan wadiah adalah tabungan umum yang dimiliki perorangan. Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Setoran pertama minimal Rp. 10.000,-
2. Pengambilan dapat dilakukan setiap saat
3. Bagi hasil dibagikan atas dasar saldo rata-rata tabungan, dengan saldo minimal Rp. 10.000,-
4. Penutupan atas tabungan dikenakan biaya buku senilai Rp. 10.000,-

b. Tabungan Tarbiyah/Pendidikan (TABAH) adalah tabungan khusus untuk semua pelajar,yang biasanya disimpan untuk cadangan biaya pendidikan,baik untuk pribadi maupun perencanaan orang tua untuk putra putrinya.

c. Tabungan Qurban (TAQWA) adalah simpanan pihak ke tiga yang dihimpun untuk ibadah qurban dimana penarikan dilakukan pada saat akan melaksanakan ibadah qurban,atau atas kesepakatan antara pihak Bank dengan Nasabah.

2. Deposito Mudharabah Adalah tabungan berjangka yang dicairkan menurut jangka waktunya,dimana bank akan memberikan balas jasa dalam bentuk bagi hasil,yang baru diterima apabila Deposito telah jatuh tempo.

Jenis-jenis Deposito Mudharabah BPRS Andalas;

a. Deposito Mudharabah dengan Jangka Waktu 3 Bulan.

b. Deposito Mudharabah dengan Jangka Waktu 6 Bulan.

c. Deposito Mudharabah dengan Jangka Waktu 12 Bulan

3. Pembiayaan

Macam-macam pembiayaan yaitu :

a. Pembiayaan Mudharabah adalah sutu perjanjian antara bank dengan pengusaha. Dalam hal ini bank sebagai penyedia dana (mudharib), sementara pengusaha adalah sebagai pengelola dana (sahibul Mal). Dimana hasil dari pembiayaan modal atau proyek ini akan di bagi sesuai perjanjian antara bank dengan pengusaha.

b. Pembiayaan Murabahah adalah perjanjian yang disepakati antara bank dengan nasabah dimana bank memfasilitasi penyediaan barang, bahan baku atau modal kerja lainnya, sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan nasabah. Yang akan dibayarkan kembali oleh nasabah sebesar harga jual bank (harga beli bank + margin/keutungan) pada saat jatuh tempo.

Adapun persyaratan murabahah adalah sebagai berikut :

a) Barang itu ada meskipun tidak ada di tempat, namun ada pernyataan kesanggupan untuk mengadakan barang itu
b) Barang itu milik sah penjual
c) Barang yang diperjual belikan harus berwujud
d) Tidak termasuk dalam kategori yang diharamkan
e) Barang tersebut sesuai dengan pernyataan penjual

f) Apabila benda bergerak, maka barang itu bisa langsung dikuasai pembeli, dan hraga barang dikuasai atau ditetapkan oleh penjual. Sedangkan barang tidak bergerak bisa dikuasai pembeli setelah dokumentasi jual dan beli diselesaikan.

Sedangkan harga dan keuntungan harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

a) Keuntungan yang diminta bank harus diketahui nasabah
b) Harga jual bank adalah harga beli ditambah keuntungan
c) Harga jual tidak boleh berubah selama perjanjian
d) System pembiayaan dan jangka waktunya disepakati bersama

c. Pembiayaan *Qardh* Adalah pinjaman lunak bagi pengusaha kecil yang benar-benar kekurangan modal. Dalam produk ini nasabah hanya membutuhkan mengembalikan pokok pinjamannya pada waktu jatuh tempo dengan nilai beli sama pada saat meminjam (tanpa margin), dan keuntungan yang diperoleh nasabah tidak dibagi dengan bank, hanya saja dibebani untuk membayar biaya administarsi.

Dalam menghimpun dana menyalurkan dana tersebut, BPRS Carana Kiat Andalas Menggunakan sistem dalam pembagian keuntungan yakni ;

1. Sistem bagi hasil

   Merupakan suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara bank dengan nasabah. Sistem bagi hasil dilaksanakan pada produk pengumpulan dana kecuali tabungan BAZIS dan dalam produk penyaluran dana yaitu pada pembiayaan mudharabah, wakalah, dan musyarakah. Pelaksanaan bagi hasil ini pada BPRS Carana Kiat Andalas Dapat dilihat pada:

   a) Produk pengumpulan dana

      Produk pengumpulan dana pada BPRS Carana Kiat Andalas adalah tabungan wadiah, tabungan Qurban,tabungan siswa, dan Deposito mudharabah. Dalam hal ini Bank adalah badan yang menjalankan Modal (sebagai mudharib), sedangkan penabung adalah sebagai pemodal.

   b) Produk Penyaluran Dana

      Pelaksanaan sistem bagi hasil ini pada BPRS Carana KIat Andalas Bukittinggi dapat dilihat pada pembiayaan

mudharabah, Bank bertindak sebagai pemodal, sedangkan nasabah bertindak sebagai yang menjalankan Usaha

2. Margin (keuntungan)

Margin merupakan keuntungan yang diperoleh dari hasil pembiayaan yang diberikan. Pada BPRS Carana Kiat Andalas, margin ini terdapat pada pembiayaan murabahah, sedangkan pada pembiayaan qardh Bank hanya memberikan pinjaman modal secara sukarela.

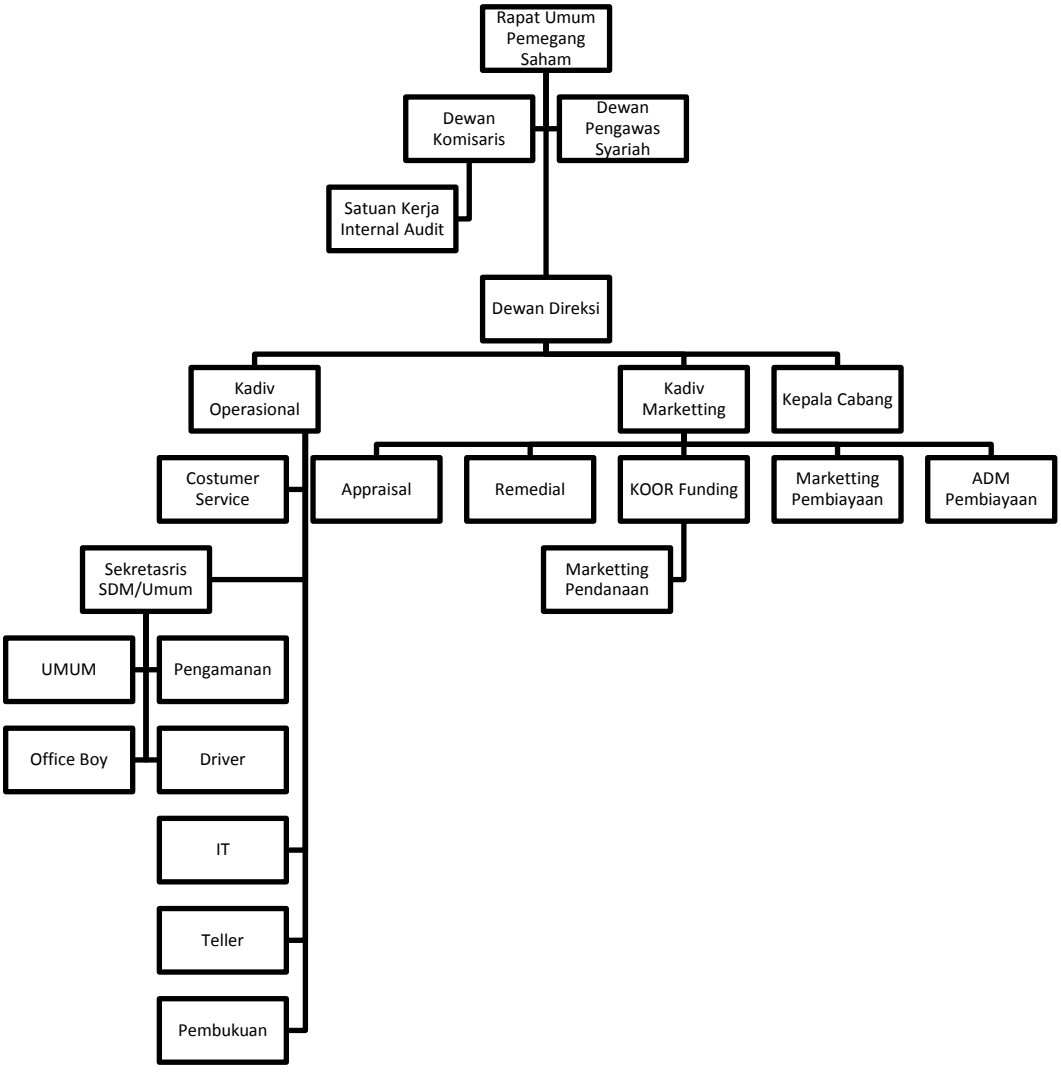
Adapun cara nasabah mendapatkan pembiayaan baik itu pembiayaan mudharabah, murabahah, dan *qardh* adalah dengan cara nasabah dating sendiri ke BPRS Carana Kiat Andalas, kemudian nasabah mengisi formulir permohonan pembiayaan , wawancara nasabah, *survey* ke lapangan, dan analisa pembiayaan. Sedangkan margin atau keuntungan perhitungan didapatkan berdasarkan jaminan yang diberikan oleh nasabah.

Dalam pembiayaan mudharabah dan murabahah persentase margin ditetapkan berdasrkan surat keputusan komite pembiayaan, sedangkan pada qardh tidak ada persentase margin yang diberikan pada nasabah (*Shahibul Maal).*

5. Struktur Organisasi BPRS Carana Kiat Andalas

Berikut Merupakan Struktur Organisasi BPRS Carana Kiat Andalas :

STRUKTUR ORGANISASI PT. BPRS CARANA KIAT ANDALAS



Sumber : PT. BPRS Carana Kiat Andalas

Struktur organisasi BPRS Carana Kiat Andalas tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris adalah perwakilan dari pemegang saham perusahan. Tugasnya adalah untuk mengarahkan dan mengawasi kegiatan bank guna menjamin bahwa bank telah beroperasi sesuai dengan peraturan dan prinsip-prinsip perbankan sebagaimana ditetapkan oleh Bank Indonesia ataupun peraturan perundang-undangan yang berlaku dan keputusan RUPS (RApat Umum Pemegang Saham).

b. Dewan Pengawas Syari'ah

Dewan Pengawas Syariah bertugas mebgarahkan dan mengawasi kegiatan bank untuk menjamin bahwa bank telah beroperasi sesuai dengan aturan dan prinsip syariah Islam. Dewan Pengawas Syariah juga bertugas memberikan araha, bimbingan, nasehat, dan pertimbangan agar sistem operasional dan produk yang dikeluarkan bank tidak menyalahi ketentuan prinsip-prinsip syariah dalam muamalah.

c. Direksi

Direksi bank adalah pelaksana petugas harian dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan. Direksi bertugas

untuk mengarahkan seluruh tingkatan manajemen agar dapat melaksanakan segala keputusan dan arahan RUPS (RApat Umum Pemegang Saham), peraturan-peraturan dan perundang-undangan yang berlaku. Direksi juga berkewajiban memberikan arahan, bimbingan, nasehat, dan pembinaan lainnya kepada para karyawan agar bank berjalan dengan baik tanpa mengurangi kualitas pelayanan kepada nasabah.

Staf pada BPRS Carana Kiat Andalas adalah :

1. Bagian Audit

   Bagian ini bertugas mencatat dan menganalisa laporan keuangan, apakah telah sesuai dengan prosedur atau prinsip akuntansi yang berlaku.

2. Sekretaris

   Bagian yang berugas membantu dewan direksi dalam menjalankan segala urusan administrasi dalam perusahaan.

Selanjutnya bagian yang berada di bawah direksi adalah :

a. Bagian Dana

   Bagian dana merupakan bagian dari perusahan yang melaksanakan dan mengawasi penyaluran dana pada bank. Bagian dana ini membawahi beberapa bagian untuk membantunya dalam melaksanakan tugas.

Bagian tersebut adalah :

1. Customer Service

   Customer Service merupakan bagian dari perusahaan yang memepunyai tugas melayani dan memberikan informasi-informasi yang diperlukan nasabah.

2. AO (Account Officer) Funding

   Bagian ini bertugas untuk mengumpulkan dana dengan cara mencari nasabah yang mau menabung di BPRS Carana Kiat Andalas.

3. Kasir/Teller

   Kasir merupakan bagian perusahaan yang bertugas dalam pembiayaan dan penerimaan sejumlah uang baik dalam bentuk tabungan maupun deposito atau kegiatan keuangan lainnya.

4. K.A (Kepala) Kantor Kas

   K.A Kantor Kas adalah pengembangan pelayanan dalam menghimpun dan menyalurkan dana nasbah dengan membentuk kantor cabang BPRS Carana Kiat Andalas.

b. Bagian Pembiayaan

Merupakan bagian dalam perusahaan yang bertugas melakukan kegiatan pembiayaan kepada nasabah.

Bagian ini membawahi :

1. Administrasi Pembiayaan

   Administrasi Pembiayaan merupakan bagian yang mencatat administrasi pembiayaan dan pembukuan besarnya pembiayaan yang diberikan serta angsuran yang dibayar nasabah.

2. Taksasi Agunan

   Bagian ini bertugas menilai dan menaksir jaminan (agunan) yang diberikan nasabah sebagai jaminan pada saat melakukan pembiayaan.

3. Account Officer

   Account Officer bertugas memberikan pembiayaan kepada nasabah dan melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap pembiayaan yang diberikan.

4. Legal

   Bagian yang melakukan analisa dan pengecekan jaminan dan kelengkepan persyaratan yang diberikan nasabah.

c. Bagian Umum dan Personalia

Bagian yang bertugas mencatat kegiatan adminstrasi di dalam perusahan dan mengurus maslah-maslah yang berhubungan dengan kepegawaian. Bagian ini membawahi :

1. Pembukuan

   Pembukuan merupakan bagian dalam suatu perusahaan yang bertugas untuk membukukan segala aktifitas yang terjadi setiap harinya dan kemudian membuat laporan yang dibutuhkan.

2. Deposito dan Tabungan

   Bagian yang melayani nasabah yang akan menjadi penabung atau menanamkan modal deposito pada perusahaan.

3. Sundries

   Merupakan bagian yang bertugas untuk menyetor dan menarik dana antar bank.

6. *Job Description*

a. Bagian Customer Service

   1. Memberikan pelayanan kepada setiap nasabah atau tamu dengan baik dan islami, serta memberikan informasi yang dibutuhkan secara jelas baik pada saat berhadapan langsung ataupun melalui telefon
   2. Memberikan pelayanan kepada nasbah yang memerlukan jasa perbankan yang akan melakukan transaksi keuangan di BPRS Carana Kiat Andalas

3. Melayani nasabah yang ingin membuka rekening tabungan baru dan membuat deposito dengan mengisi formulir tabungan berdasarkan kartu tanda pengenal (KTP), pokok deposito yang ditabung nasabah dicatat pada slip setor kemudian diantarkan ke bagian teller untuk diperiksa kebenaran slip setor, keabsahan fisik uang setoran serta diterima dan dihitung kembali jumlah uang yang disetor agar tidak terjadi kekeliruan.
4. Memeriksa data nasabah dalalam formulir yang telah diisi dan meregistrasikannya sebagai arsip.

b. Adminstrasi Pembiayaan

1. Membuat tiket atau voucher transaksi pembiayaan dan realisasi serta cicilan
2. Mengisi pokok dan margin pada slip setor berdasarkan kartu piutang nasabah dan menginput data master nasabah pembiayaan pada program pembiayaan atau menjurnal.
3. Berdasarkan jurnal harian yang telah diinput selanjutnya mengisi dan mengurangi kembali kedalam kartu pembiayaan nasabah berdasarkan jurnal pada kartu pebiayaan masing-masing nasabah yang telah tersedia.

c. Pembukuan

1. Membuat dengan benar laporan keuangan (neraca dan laba rugi) BPRS setiap hari kerja

2. Melakukan penutupan buku transaksi baik harian, bulanan maupun tahunan sesuai tanggal akhir periode transaksi
3. Memelihara dan menjaga seluruh laporan dan bukti-bukti transaksi

d. Umum

1. Mengetik surat bagi hasil deposito
2. Mengisi tiket kemudian disimpan ke dalam half sheet
3. Membuat kartu harian nasabah baru
4. Menghitung uang

B. Strategi dalam Merebut Nasabah Antar Bank Oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas.

Strategi dalam merebut nasabah antar bank oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas penelitian yang di fokuskan pada strategi bersaing yang digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam mendapatkan nasabah dalam persaingan antar bank khusus nya yang ada di Pasar Nagari Padang lua yang difokuskan pada Strategi Marketting Mix (Produk, Harga, Promosi dan Lokasi).

1. Analisis Variable Marketing Mix PT. BPRS Carana Kiat Andalas

Perkembangan teknologi serta muncul pesaing-pesaing baru akan menimbulkan persaingan yang ketat hampir disegala bidang usaha termasuk juga pada perbankan syariah dimana tingkat persaingan yang

ketat dan kompleks dimasa mendatang menuntut tersedianya strategi dalam menghadapi persaingan tersebut untuk menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam sebuah usaha dibutuhkan strategi marketing mix sebagai berikut :

a. Strategi Produk (*Product)*

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk Yang terdapat pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas sudah pasti yaitu produk jasa memberi pelayanan kepada masyarakat dalam Usaha atau kegiatan BPRS dalam operasionalnya sehari-hari adalah dalam bentuk penghimpunan dana atau simpanan berupa tabungan dan deposito serta dalam penyaluran dananya berupa pembiayaan dengan prinsip jual beli.

Dalam Strategi Produk PT. BPRS Carana Kiat Andalas menyediakan berbagai macam produk baik pendanaan ataupun pembiayaan diantaranya :

1. Produk Pendanaan

a) Tabungan Wadiah

b) Tabungan Kurban

c) Tabungan Siswa

d) Deposito 3 bulan

e) Deposito 6 bulan

f) Deposito 12 bulan

2. Produk Pembiayaan

a) Pembiayaan Murabahah

b) Pembiayaan Qardh

b. Strategi Harga (*Price*)

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam penentuan dari produk jasa tersebut. Dalam menentukan harga, setiap usaha karena harga akan menentukan laku atau tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. PT. BPRS Carana Kiat Andalas tidak mempergunakan perangkat bunga, melainkan berdasarkan prinsip bagi hasil dan jual beli yang sesuai dengan syari'ah, Bagi hasil yang digunakan oleh BPRS pada produk pendanaan yakni pada produk deposito dengan nisbah nya sebagai berikut:

1. Deposito 3 bulan dengan nisbah 35 ; 65
2. Deposito 6 bulan dengan nisbah 35 ; 65
3. Deposito 12 bulan dengan nisbah 40 ; 60

sedangankan pada produk pembiayaan dalam penentuan Harga dalam pembiayaan di BPRS Carana Kiat Andalas ini tidak menggunakan bunga melainkan suatu margin. Margin ini telah ditentukan oleh Komite Pembiayaan . Dalam memberikan margin

dilihat seberapa besar pinjaman yang diberikan dan dilihat juga seberapa besar jaminan yang diberikan oleh nasabah. Adapun patokan yang diberikan margin yang ditetapkan oleh Komite Pembiayaan:

a) 15 % jaminan tambahan deposito di Bank Andalas
b) 16 % jaminan tambahan deposito Emas
c) 17 % jaminan tambahan SHM, SHGB, bpkb, (kendaraan yang bisa diansuransikan)
d) 18 % jaminan tambahan yang tidak bisa diansuransikan

Dalam penentuan harga dan keuntungan PT. BPRS Carana Kiat Andalas menetapkan syarat-syarat sebagai berikut :

a) Keuntungan yang diminta bank harus diketahui nasabah
b) Harga jual bank adalah harga beli ditambah keuntungan
c) Harga jual tidak boleh berubah selama perjanjian
d) System pembiayaan dan jangka waktunya disepakati bersama

c. Strategi Promosi (*Promotion)*

Pelanggan merupakan kunci utama untuk meraih sukses bagi suatu perusahaan, tanpa pelanggan maka suatu perusahaan tidak akan pernah ada. Diperlukan suatu usaha keras dan pelayanan yang prima untuk membujuk pelanggan yang selama ini setia pada

merek pesaing agar bersedia mencoba atau pindah pada merek yang ditawarkan perusahaan.

PT. BPRS Carana Kiat Andalas tidak bersifat menunggu datangnya fasilitas melainkan bersifat aktif dengan melakukan sosialisasi terhadap usaha kecil yang membutuhkan tambahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang baik dengan cara memberikan pelayanan yang *excellence* melalui pelayanan antar jemput *door to door* dan "jemput bola" yakni pihak bank langsung terjun kelapangan untuk mempermudah nasabah dalam mendapatkan layanan langsung ke tempat usaha atau ke rumah nasabah baik itu pada pendanaan ataupun pembiayaan .

d. Strategi Lokasi (*Place)*

Pemilihan lokasi usaha sangat penting bagi suatu usaha. Pemilihan lokasi yang tepat meningkatkan peluang sukses, Sebuah lokasi yang baik memungkinkan perusahaan tetap bertahan, sedangkan suatu lokasi yang tidak tepat akan mengakibatkan kegagalan, meskipun bisnis itu sendiri sudah direncanakan secara sangat baik.

PT. BPRS Carana Kiat Andalas menempatkan lokasi yang dekat dengan pangsa pasar yaitu Nasabah potensial yakni pedagang yang berada di Pasar Nagari Padang lua, lokasi PT. BPRS Carana

Kiat Andalas berlokasi di Jl. Datuak Tan Malaka Km. 2, Kec. Banuhampu Kabupaten Agam.

PT. BPRS Carana Kiat Andalas terletak pada lokasi yang strategis dimana lokasi kantor dekat dengan pangsa pasar potensial dan merupakan daerah *central* tempat terjadinya lalu lintas jual beli yakni dekat dengan Pasar Nagari Padang Lua serta lokasinya dapat dijangkau dengan mudah dengan tersedianya banyak transsportasi.

2. Analisis SWOT

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

a. Analisis Internal Faktor Evaluation (IFE)

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

1. Kekuatan (*strength*)

a) Lokasi strategis yang memudahkan pemberian akses dan layanan kepada nasabah serta mudah di jangkau.

b) Pelayanan yang *Excellence* melalui pelayanan antar jemput *door to door* dan "jemput bola" yang dilakukan secara konsisten dan berkesinambungan walaupun tidak di hari dinas (sabtu dan Minggu)

c) Tata kelola dan perilaku atau budaya bank yang baik dikelola oleh tenaga-tenaga muslim yang professional yang akan menampilkan sosok BPRS yang sehat dan berkualitas dan memenuhi harapan yang diwujudkan dengan prinsip *Good Coorporate Governace* dan *code of conduct* yakni perilaku dan budaya kerja yang baik.

2. Kelemahan (*weakness)*

a) Teknologi yang masih terbatas, aspek teknologi yang kurang kompetitif menjadikan kendala tersendiri dalam hal pelayanan kepada nasabah.

b) Cara promosi atau pengenalan *door to door* untuk meningkatkan sosialisasi berkaitan dengan pengenalan jasa atau produk yang ditawarkan kepada nasabah ini memungkinkan tenaga pemasaran yang dibutuhkan banyak sehingga cara ini masih kurang efektif dan efesien.

c) Tidak sejalannya antara waktu pelayanan karyawan dengan nasabah .

Tabel 4.1
Analisis Faktor Internal PT. BPRS Carana Kiat Andalas

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weaknesess)
• Lokasi strategis yang memudahkan pemberian akses dan layanan kepada nasabah serta mudah di jangkau. • Pelayanan yang *Excellence* melalui pelayanan antar jemput *door to door* dan "jemput bola" • Tata kelola dan perilaku atau budaya bank yang baik dengan prinsip *Good Coorporate Governace* dan *code of conduct* .	• Teknologi yang masih terbatas, aspek teknologi yang kurang kompetitif menjadikan kendala tersendiri dalam hal pelayanan kepada nasabah. • Cara Promosi yang masih kurang efektif dan efesien. • Tidak sejalannya antara waktu pelayanan karyawan dengan nasabah .

Sumber: Wawancara Lapangan, 30 Juli 2018

b. Analisis Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

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

1. **Peluang (*opportunities*)**

   a) Merupakan satu-satu nya bank yang beroperasi secara Syariah dibandingkan bank pesaing yang beroperasi secara konvensional yang berada di Pasar Nagari padang Lua

   b) Potensi Masyarakat tinggi yang dapat dilihat dari mobilitas ekonomi dan perdagangan dan karakteristik nasabah yang mayoritas adalah pedagang memiliki sedikit waktu untuk datang langsung bertransaksi dengan bank .

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

2. **Ancaman (*Threat*)**

   a) Adanya banyak pesaing dari bank lain yang beroperasi secara konvensional yang juga masuk kedalam Pasar Nagari Padang Lua untuk mendapatkan nasabah seperti BPD, BPR Sungai Pua, BPR Tilatang Kamang, Bank BRI dan Mandiri Mitra Usaha.

b) Kurangnya pemahaman masyarakat yang ada di Nagari Padang Lua tentang produk, system dan mekanisme Perbankan Syariah. Sebagian mereka masih beranggapan bahwa bank syariah dan konvensinal sama .

c) Kesan sulit dan rumit pada bank syariah dan adanya anggapan bahwa berhubungan dengan bank syariah lebih rumit dibandingkan dengan bank konvensional.

Tabel 4.2
Analisis Faktor Eksternal PT. BPRS Carana Kiat Andalas

Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threat)
• Merupakan satu-satu nya bank yang beroperasi secara Syariah • Potensi Masyarakat tinggi yang dapat dilihat dari mobilitas ekonomi dan perdagangan • Fatwa MUI bahwa Bunga Bank Haram dan Memiliki undang undang yang mendukung bank syariah.	• Adanya banyak pesaing dari bank lain yang beroperasi secara konvensional • Kurangnya pemahaman masyarakat yang ada di Nagari Padang Lua tentang produk, system dan mekanisme Perbankan Syariah. • Kesan sulit dan rumit pada bank syariah dan adanya anggapan bahwa berhubungan dengan bank syariah lebih rumit dibandingkan dengan bank konvensional.

Sumber : Wawancara Lapangan, 30 Juli 2018

c. Analisis Matrik IFE dan EFE

Analisis matrik IFE adalah menganalisis, menjelaskan, serta mengevaluasi faktor-faktor yang ada dilingkungan internal PT. BPRS Carana Kiat Andalas berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki industri tersebut. Sedangkan analisis matrik EFE adalah mengevaluasi, menjelaskan faktor-faktor yang ada di luar lingkungan PT. BPRS Carana Kiat Andalas yaitu peluang dan ancaman.

a) **Analisis Matrik IFE**

Tabel 4.3
Hasil Analisis Matrik IFE

NO	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
	Kekuatan (S)			
1	Lokasi strategis yang memudahkan pemberian akses dan layanan kepada nasabah serta mudah di jangkau.	0,25	4	1,00
2	Pelayanan yang *Excellence* melalui pelayanan antar jemput *door to door* dan "jemput bola."	0,20	4	0,80

3	Tata kelola dan perilaku atau budaya bank yang baik dengan prinsip *Good Coorporate Governace* dan *code of conduct* .	0,15	3	0,45
	Jumlah	**0,60**	**11**	**2,25**

	Variabel Kelemahan (W)			
1	Teknologi yang masih terbatas, aspek teknologi yang kurang kompetitif menjadikan kendala tersendiri dalam hal pelayanan kepada nasabah.	0,10	3	0,30
2	Cara Promosi yang masih kurang efektif dan efesien	0,15	2	0,30
3	Tenaga ahli di bidang perbankan syariah yang terbatas.	0,15	3	0,45
	Jumlah	**0,40**	**8**	**1,05**
	TOTAL (S+W)	**1,00**		**3,30**

Sumber: Analisis data primer

Berdasarkan hasil analisis matrik IFE di atas dapat disimpulkan bahwa total nilai 3,30. Hal ini menggambarkan bahwa sebuah perusahaan merespon sangat baik terhadap kekuatan dan kelemahan yang ada dalam industrinya. Strategi perusahaan secara efektif mengambil keuntungan dari kekuatan yang ada saat ini dan mengatasi kelemahan internal perusahaan yang ada dalam mencapai peluang yang ada.

b) **Analisis Matrik EFE**

Tabel 4.4
Hasil Analisis Matrik EFE

NO	Faktor Eksternal Variabel Peluang (O)	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Merupakan satu-satu nya bank yang beroperasi secara Syariah.	0,20	4	0,80
2	Potensi Masyarakat tinggi yang dapat dilihat dari mobilitas ekonomi dan perdagangan.	0,25	4	1,00
3	Fatwa MUI bahwa Bunga Bank Haram dan Memiliki undang undang yang mendukung bank syariah.	0,15	4	0,60

	Jumlah	**0,60**	**12**	**2,4**
	Variabel Ancaman (T)			
1	Adanya banyak pesaing dari bank lain yang beroperasi secara konvensional.	0,15	4	0,60
2	Kurangnya pemahaman masyarakat yang ada di Nagari Padang Lua tentang produk, system dan mekanisme Perbankan Syariah.	0,10	3	0,30
3	Kesan sulit dan rumit pada bank syariah dan adanya anggapan bahwa berhubungan dengan bank syariah lebih rumit dibandingkan dengan bank konvensional.	0,15	3	0,45
	Jumlah	**0,40**	**10**	**1,35**
	TOTAL (O+T)	**1,00**		**3,75**

Sumber: Analisis data primer

Dari table matrik EFE di atas dapat disimpulkan bahwa total nilai 3,75. Hal ini menggambarkan bahwa sebuah perusahaan merespon sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada

dalam industrinya. Strategi perusahaan secara efektif mengambil keuntungan dari peluang yang ada saat ini dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal perusahaan.

d. Matrik SWOT

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

Berikut dibawah merupakan strategi terpilih yang didapatkan dari kombinasi faktor-faktor yang mempengaruhi S, W, O, dan T pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas masing-masing strategi baik strategi SO, WO, ST, dan WT.

Tabel 4.5

Matriks SWOT Strategi Dalam Merebut Nasabah Antar Bank Oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas

IFE / **EFE**	**Kekuatan *(Strengthts)***	**Kelemahan *(Weaknesess)***
	1. Lokasi strategis yang memudahkan pemberian akses dan layanan kepada nasabah serta mudah di jangkau. 2. Pelayanan yang *Excellence* melalui pelayanan antar jemput *door to door* dan "jemput bola" 3. Tata kelola dan perilaku atau budaya bank yang baik dengan prinsip *Good Coorporate Governace* dan *code of conduct* .	1. Teknologi yang masih terbatas, aspek teknologi yang kurang kompetitif menjadikan kendala tersendiri dalam hal pelayanan kepada nasabah. 2. Cara Promosi yang masih kurang efektif dan efesien. 3. Tenaga ahli di bidang perbankan syariah yang terbatas.

Peluang *(Opportunities)*	**Strategi SO**	**Strategi WO**
1. Merupakan satu-satu nya bank yang beroperasi secara Syariah 2. Potensi Masyarakat tinggi yang dapat dilihat dari mobilitas ekonomi dan perdagangan 3. Fatwa MUI bahwa Bunga Bank Haram dan Memiliki undang undang yang mendukung bank syariah.	1. Memanfaatkan lokasi yang strategis dan merupakan satu-satunya bank yang beroperasi secara syariah diantara bank pesaing yang beroperasi secara konvensional untuk perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang. (S1,O1) 2. Memanfaatkan lokasi perusahaan yg strategis untuk memaksimalkan potensi masyarakat yang tinggi untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar dengan memberikan pelayanan yang *excellence.*(O1,O2,S2) 3. Memanfaatkan kepercayaan masyarakat mengenai haramnya bunga bank agar menimbulkan rasa tentram dan tenang serta didukung dengan fatwa MUI dan Undang - undang yang mendukung Bank Syariah dengan menerapkan pelayanan jasa tersebut harus sesuai dengan apa yang diamanahkan dari nasabah pemilik dana maupun nasabah yang membutuhkan dana yang di wujudkan dengan prinsip *Good Coorporate Gavernance* (Tata Kelola Perusahaan yang Baik) dan *Code of Conduct* (perilaku/ budaya perusahaan yang baik). (O3,S3)	1. Lebih mendekatkan diri kepada nasabah secara *person to person* secara emosional dengan masyarakat sehingga masyarakat yang mayoritas muslim akan lebih tertarik terhadap pembiayaan Bank Syariah yang merupakan satu-satunya Bank Syariah di Nagari Padang Lua (W1,W2,O1) 2. Mengikuti pelatihan agar banyaknya tenaga kerja yang terlatih dan lebih mendalami tentang perbankan syariah. (W3,O3)

Ancaman *(Treaths)*	**Strategi ST**	**Strategi WT**
1. Adanya banyak pesaing dari bank lain yang beroperasi secara konvensional 2. Kurangnya pemahaman masyarakat yang ada di Nagari Padang Lua tentang produk, system dan mekanisme Perbankan Syariah. 3. Kesan sulit dan rumit pada bank syariah dan adanya anggapan bahwa berhubungan dengan bank syariah lebih rumit dibandingkan dengan bank konvensional.	1. Sebagai satu - satunya Bank yang beroperasi secara syariah, Bank harus lebih mensosialisasikan operasional dari Bank Syariah sampai ke daerah terisolir sehingga Bank Syariah lebih di kenal dan dapat lebih unggul dan dibanding pesaing.(S1,T1) 2. Menerapkan prinsip tata kelola dan perilaku perusahaan yang baik nuntuk meningkatkan pemahaman kepada masyarakat tentang produk, system dan mekanisme perbankan syariah (S3,T2) 3. Meningkatkan pelayanan yang *excellence* kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga memudahkan masyarakat berurusan dengan bank dan kesan sulit dan rumit menjadi terbantahkan (S2,T3)	1. Dengan lebih meningkatkan promosi *Door to Door* dan mendekati masyarakat secara emosional sehingga dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk, system dan mekanisme perbankan syariah sehingga memudahkan nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah (W2,T2,T3)

e. Analisis Bobot Skor

Setelah dilakukan analisa terhadap strategi yang telah ditetapkan apakah itu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh

perusahaan adalah memilih satu dari keempat strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.Untuk memilih strategi yang telah ditetapkan sebelumnya perusahaan dapat memakai pendekatan metode tabel bobot skor, dimana perusahaan dapat menilai manakah dari keempat strategi itu yang mempunyai nilai skor tertinggi. Dimana strategi dengan skor tertinggi akan dipakai oleh perusahaan dalam membuat kebijakan dan keputusan yang mempengaruhi strategi perusahaan. Berikut merupakan tabel analisis bobot skor :

Tabel 4.6
Tabel Bobot Skor pada Matriks SWOT

Internal / Eksternal	Kekuatan(S*trenght*) S	Kelemahan(*Weakness*) W
Peluang(*Opportunities*) O	**Total Skor** S + O 2.25 + 2.4 = **4.65**	**Total Skor** W + O 1.05 + 2.4 = **3.45**
Ancaman (*Threat*) T	**Total Skor** S + T 2.25 + 1.35 = **3,6**	**Total Skor** W + T 1.05 + 1.35 = **2.4**

Sumber: Analisis data primer

Berdasarkan hasil tabel bobot skor pada matrik SWOT diatas dapat terlihat bahwa strategi SO lah yang memiliki skor tertinggi yaitu 4.65 dibandingkan dengan strategi lainnya, maka PT. BPRS

Carana Kiat Andalas dapat menggunakan strategi SO untuk bersaing dengan perbankan lainnya sehingga dapat bertahan di dunia bisnis dan meningkatkan jumlah nasabah baik pendanaan ataupun pembiayaan. Strategi SO (*Strengths dan opportunites*) merupakan strategi yang menggabungkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas.

f. Analisis Penulis

Hal yang akan penulis analisa adalah bagaimana strategi yang digunakan dalam merebut nasabah antar bank oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas untuk mendapatkan pangsa pasar guna meningkatkan jumlah nasabah . Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT, analisis IFE dan EFE. Dan teknik pengumpulan data penulis lakukan melalui wawancara dan observasi langsung.

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan sebelumnya, maka untuk dapat bersaing serta meningkatkan jumlah nasabah baik pembiayaan ataupun pendanaan pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas, strategi yang dapat digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas yaitu dengan memanfaatkan strategi SO (*Strengths dan opportunites*), dimana strategi SO merupakan strategi yang

memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.[24] Strategi ini diperoleh dengan mengkombinasikan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat digunakan antara lain :

a. Lokasi strategis yang memudahkan pemberian akses dan layanan kepada nasabah serta mudah di jangkau.
b. *Good corporate gavernance* dan *Code of Conduct* yang dilaksanakan sepenuh hati oleh Tenaga-tenaga muslim yang profesional di PT. BPRS Carana Kiat Andalas yang akan menampilkan sosok BPRS yang sehat dan berkualitas dan memenuhi harapan nasabah akan perbankan syariah.
c. Memanfaatkan kepercayaan masyarakat mengenai haramnya bunga bank agar menimbulkan rasa tentram dan tenang serta didukung dengan fatwa MUI dan Undang - undang yang mendukung Bank Syariah
d. Memanfaatkan pelayanan yang *excellence* melalui pelayanan antar jemput *door to door* guna memuaskan kebutuhan nasabah untuk memaksimalkan potensi masyarakat yang tinggi .

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

Dari tabel diatas dihasilkan faktor internal dan eksternal yang positif, berarti bahwa kekuatan PT. BPRS Carana Kiat Andalas relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya, sedangkan lingkungan yang saat ini dihadapi lebih besar daripada ancamannya.

Oleh karena itu PT.BPRS Carana Kiat Andalas memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kineja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan PT.BPRS Carana Kiat Andalas dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang.

Serta didukung dengan adanya alternative dan peluang untuk menarik nasabah yang lebih banyak dengan melakukan pengembangan produk dan layanan syariah untuk memuaskan nasabahnya. Aspek yang perlu dilakukan untuk pengembangan produk maupun layanan tersebut PT. BPRS Carana Kiat Andalas yaitu dengan bagi hasil yang dijanjikan, menjaga reputasi yang baik, jaringan kantor cabang, layanan pelanggan, kejelasan produk, serta promosi yang dilakukan dan nilai rekomendasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil atas penentuan strategi dalam merebut nasabah antar bank yang di fokuskan pada strategi produk, harga, promosi dan lokasi melalui analisis *SWOT* dengan melakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas adalah strategi yang dapat digunakan salah satunya untuk menentukan strategi pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas yaitu memanfaatkan strategi SO (*Strengths dan opportunites*), dimana strategi SO merupakan strategi yang memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada, diantaranya:

a) Lokasi strategis yang memudahkan pemberian akses dan layanan kepada nasabah serta mudah di jangkau.
b) *Good corporate gavernance* dan *Code of Conduct* yang dilaksanakan sepenuh hati oleh Tenaga-tenaga muslim yang profesional di PT. BPRS Carana Kiat Andalas yang akan menampilkan sosok BPRS yang sehat dan berkualitas dan memenuhi harapan nasabah akan perbankan syariah.
c) Memanfaatkan kepercayaan masyarakat mengenai haramnya bunga bank agar menimbulkan rasa tentram dan tenang serta didukung

dengan fatwa MUI dan Undang - undang yang mendukung Bank Syariah

d) Memanfaatkan pelayanan yang *excellence* melalui pelayanan antar jemput *door to door* guna memuaskan kebutuhan nasabah untuk memaksimalkan potensi masyarakat yang tinggi .

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti berpendapat bahwa :

PT. BPRS Carana Kiat Andalas memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kineja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, Jakarta : Penerbit Erlangga, 2005

Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah* Jakarta : Zikrul Hakim, 2015

Abdurrahman Fatoni, *Metedologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Rinekha cipta 2006

Amila kusnita, *Analisis SWOT dalam penentuan, Strategi bersaing,*

Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2008

Denny Bagus, *Konsep Strategi : Defenisi, Perumusan Tingkatan Dan Jenis Strategi*, (*Online*), diakses 28 juni 2018

Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, Yogyakarta : ANDI, 2012

Hendrawan Supratikno,dkk Advance, *Strategic Management*, Jakarta : Pt Gramedia Pustaka Utama, 2003

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT.Mizan Pustaka, 2006

Irham fahmi, *Manajeman Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta,2014

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT. Rajawali pers, 2015

Muslich, *Binnis Syariah Perspektif Mua'malah dan Manajemen*, Yogyakarta : sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, 2007

Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* ,Edisi pertama Yogyakarta ; Graha ilmu,2013

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

Nomor : B-1376/In.26.3/PP.00.7/5/2018 — 15 Mei 2018
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth.
Pimpinan PT. BPRS Carana Kiat Andalas
di
Bukittinggi

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**ISTIFANI**
NIM	:	**3314.195**
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Program Studi	:	S1 Perbankan Syariah
Semester	:	VIII (Delapan)
Lokasi Penelitian	:	BPRS Carana Kiat Andalas Bukittinggi
Judul Skripsi	:	***"Strategi Dalam Merebut Nasabah Antar Bank oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas "***
Waktu	:	16 Mei 2018 s/d 16 Juli 2018

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

Dekan

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

BANK SYARI'AH ANDALAS
PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH CARANA KIAT ANDALAS

Padang Luar, 2 Agustus 2018

Nomor : 087/CKA/VIII/2018
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Berdasarkan surat nomor B-098/In.26.3/PP.07/04/2018 tentang Tugas Survei / Penelitian. Menerangkan bahwa mahasiswa yang namanya di bawah ini :

Nama	: ISTIFANI
Nim	: 3314.195
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul TA	: Strategi Dalam Merebut Nasabah Antar Bank Oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas

dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut benar telah melakukan kegiatan Penelitian PT. BPRS Carana Kiat Andalas pada tanggal 26 Juli 2018.
Demikianlah kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

PT. BPRS Carana Kiat Andalas

BANK SYARI'AH ANDALAS
PT. BPR SYARIAH CARANA KIAT ANDALAS

Yayan Adi Saputra, SE
Direktur Utama

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap	:	**ISTIFANI**
Nama panggilan	:	Fani
Anak	:	Pertama dari 3 Bersaudara
Jenis kelamin	:	Perempuan
Tempat/ tgllahir	:	Bukittinggi, 25 Agustus 1996
Alamat	:	Padang Lua

Nama Orang Tua (Ayah)

Nama Lengkap : **ANTON**

Pekerjaan : Pedagang

Alamat : Padang Lua

Nama Orang Tua (Ibu)

Nama Lengkap : **YARNIDA**

Pekerjaan : Pedagang

Alamat : Padang Lua

Saudara-saudara: **ALFINO**
NANDA

Riwayat Pendidikan Formal

1. SD Negeri 10 Padang Lua (Tahun 2002 - 2008)
2. MTs N 1 Kubang Putih (Tahun 2009 - 2011)
3. SMA Banuhampu (Tahun 2012 - 2014)
4. IAIN Bukittinggi (Tahun 2015 - 2018)

Pengalaman Organisasi

1. Pengurus Anggota Bidang Litbang DEMA FEBI (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) IAIN Bukittinggi Periode 2016-2017.