

**ANALISIS STRATEGI BISNIS BPRS BAROKAH DAN
SEJAHTERA DI MASA PANDEMI COVID-19**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Ahmad Fauzan

No. Mahasiswa : 17312473

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN JUDUL

**ANALISIS STRATEGI BISNIS BPRS BAROKAH DANA
SEJAHTERA DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Ahmad Fauzan

No. Mahasiswa: 17312473

FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan memperoleh gelar keserjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan dalam referensi. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya siap menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta 10 januari 2023

Penulis,



(Ahmad Fauzan)

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI BISNIS BPRS BAROKAH DANA SEJAHTERA DI
MASA PANDEMI COVID-19**

Diajukan Oleh:

Nama: Ahmad Fauzan

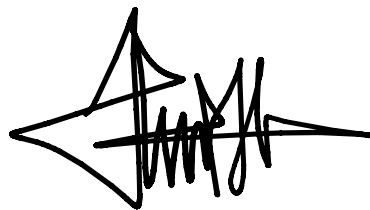
No. Mahasiswa: 17312473

SKRIPSI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal : 02/01/2023

Dosen Pembimbing,



Hendi Yogi Prabowo SE., M.For.Accy., Ph.D.,CfrA.,CAMS

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS STRATEGI BISNIS BPRS BAROKAH DANA SEJAHTERA DI MASA PANDEMI COVID-19

Disusun oleh : AHMAD FAUZAN

Nomor Mahasiswa : 17312473

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Jum'at, 03 Februari 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : HENDI YOGI PRABOWO, SE., M.FORACCY., CFRA.,
Ph.D.

Penguji : ISTI RAHAYU, Dra., M.Si., Ak., CA.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan A. Pradana, M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

HALAMAN MOTTO

Karena prosesmu lebih lama dari yang lain bukan berarti kamu gagal, terus bekerja keras dan bersikap baiklah hal luar biasa akan terjadi



HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini aku persembahkan karya ini untuk :

Ayahku :

Subandi



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI BISNIS BPRS BAROKAH DANA SEJAHTERA DI MASA PANDEMI COVID-19”**

Shalawat beriring salam tak hentinya penulis panjatkan kepada baginda agung Rasulullah Muhammad SAW, yang senantiasa menjadi teladan bagi kita semua, semoga kita tetap menjadi pengikutnya hingga akhir hayat, Allahumma Aamiin.

Penulisan skripsi ini dilaksanakan sebagai syarat untuk mencapai pendidikan strata satu (S1) pada jurusan akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh dukungan, bantuan bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih kepada:

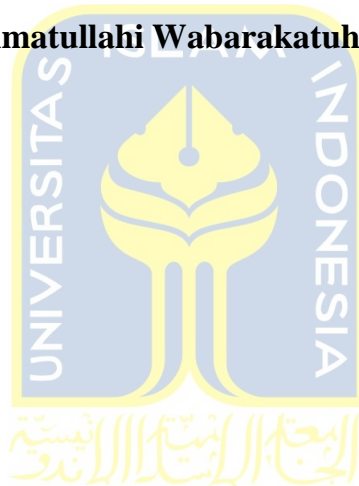
1. **Allah SWT** yang selalu memberikan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini, *alhamdulillah*. Semoga selesainya skripsi ini menjadi amal dan awal yang baik untuk kedepannya. *Amiin*.
2. **Nabi besar Muhammad SAW**, yang menjadi tauladan bagi umat Islam, sehingga umat Islam pada saat sekarang berada di jalan yang terang benderang.
3. **Diri saya pribadi** yang telah berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini dan dapat bertahan dari keinginan untuk bermalas malasan.

4. **Kedua orang tua, Bapak Subandi dan Ibu Susiani** yang selalu memberikan doa dan dukungan demi kesuksesan saya.
5. **Saudara, kak Kukuh Prasetyo** yang sudah memberikan dukungan dan inspirasi selama kuliah, terima kasih untuk semua dukungan yang telah diberikan.
6. **Bapak Fathul Wahid S.T., M.Sc., Ph.D.** selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
7. **Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
8. **Bapak Rifqi Muhammad, S.E., M.Sc., Ph.D.** selaku ketua prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
9. **Bapak Hendy Yogi Prabowo, S.E., M.For.Accy., Ph.D.** selaku dosen pembimbing yang selalu kritis dalam memeriksa dan mengevaluasi hasil penelitian ini, sehingga menjadi lebih baik.
10. **Seluruh karyawan** BPRS Barokah Dana Sejahtera yang telah bersedia memberikan informasi dan pelajaran berharga.
11. **Novirasanti**, yang telah membantu dan telah menjadi penyemangat bagi penulis dalam proses penyelesaian penelitian. Dan terima kasih telah hadir di kehidupan penulis, dan selalu ada disetiap suka maupun duka, kehadiranmu sangat berarti.
12. **Teman-teman Ordinary People**, Yaya, Rener, Desi, Tata, Sony, Icad, Vega, Endah, Jimi, Afaf, Alm.Reza, terima kasih untuk kebersamaanya dari semester 1 hingga sekarang.
13. **Aulia Era Refiana** yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
14. **Teman kos Basuki**, Apri, Arsyah, Sidat, Ainun, Liandy, Zata, Faris, Butet, terima kasih

telah membantu memberikan support dan dukungan semangat sehingga tercapainya pembuatan skripsi.

15. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembawa dan pihak yang berkepentingan.

Wasalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



ABSTRAK

Lembaga keuangan syariah di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang pesat salah satunya adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Strategi Bisnis pada BPRS Barokah Dana Sejahtera pada masa Covid-19. Objek penelitian ini adalah BPRS Barokah Dana Sejahtera. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumen. Pemilihan informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Data dikodekan menggunakan perangkat lunak Nvivo 12. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sejak pandemi COVID-19, strategi bisnis harus dilakukan secara online, selalu menggunakan media sosial. hal ini berdampak yaitu pelanggan tidak antusias. Untuk mengatasi hal tersebut, BPRS Barokah Dana Sejahtera telah menerapkan strategi khusus, antara lain dengan melakukan survey terhadap produk-produk yang dibutuhkan nasabah dan memberikan penawaran menarik agar nasabah lebih antusias.

Shari'a financial institution in Indonesia has shown fast development including one of them is Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS). This study aims to determine the application of Business Strategy at BPRS Barokah Dana Sejahtera during the Covid-19 period. The object of this research is BPRS Barokah Dana Sejahtera. This research was conducted using a case study qualitative research method. Data collection techniques in this study used interviews and documents. The selection of informants was selected according to certain criteria. Data is coded using Nvivo 12 software. The results of this study show that since the COVID-19 pandemic, business strategies must be carried out online, always using social media. this has an impact, namely customers are not enthusiastic about it. To overcome this, BPRS Barokah Dana Sejahtera has implemented a special strategy, including surveying the products that customers need and providing attractive offers so that customers are more enthusiastic.

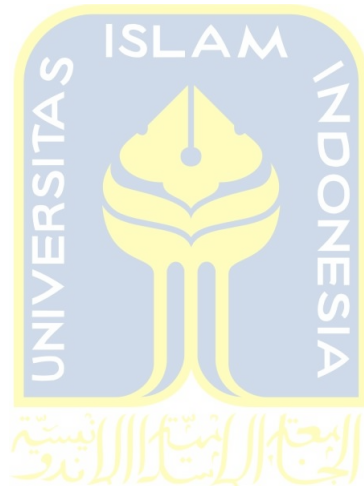
Keywords: *BPRS, Business Strategy*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Fokus Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Pengembangan	7
2.2 Lembaga Keuangan Syariah (LKS)	7
2.2.1 Bank Syariah	8
1. Pengertian Bank Syariah.....	8
2. Fungsi Bank Syariah.....	9
3. Tujuan Bank Syariah.....	10
4. Prinsip Dasar Kegiatan Usaha Bank Syariah	10
5. Peranan Perbankan Syariah	12
2.2.2 Non Bank	12

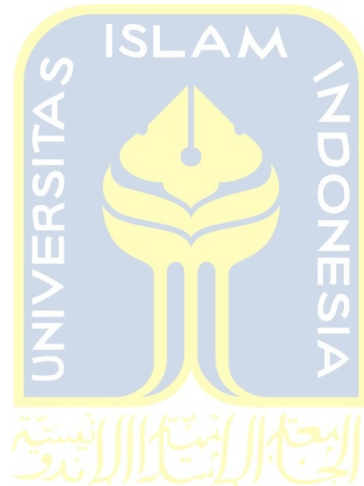
1. Pengertian Lembaga Keuangan Non Bank	12
2. Peranan Lembaga Keuangan Non Bank	13
2.3 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	14
2.3.1 Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	14
2.3.2 Tujuan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	15
2.3.3 Kegiatan Usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).....	17
2.3.4 Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	19
2.4 Nasabah	Error! Bookmark not defined.
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu	23
BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Pengenalan Bab	28
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Obejek Penelitian	29
3.4. Fokus Penelitian	29
3.6 Sumber dan Jenis Data	32
3.7 Teknik Pengumpulan Data	32
3.8 Analisis Data	34
3.8.1 <i>Coding</i>	34
3.8.2 Analytical Maps	35
3.8.3 Framework Matrices	36
3.9 Teknik Pengujian Keabsahan Data	36
BAB IV	39
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Pengenalan	39
4.2 Profil BPRS Barokah Dana Sejahtera	39
4.2.1 Sejarah BPRS Barokah Dana Sejahtera	39
4.2.2 Produk dan Layanan	41
4.2.3 Perkembangan BPRS Barokah Dana Sejahtera	41
4.3 Strategi dan Mekanisme BPRS Barokah Dana Sejahterah dalam Meningkatkan Daya Tarik Nasabah	43
4.3.1 Product	45
4.3.2 Price	46
4.3.3 Place	46

4.3.4 Promotion	46
4.4 Kendala dalam Meningkatkan Daya Tarik Nasabah	47
4.5 Saran Perbaikan Atas Kendala dalam Meningkatkan Daya Tarik Nasabah.....	49
4.6 Kesimpulan Bab	51
BAB V.....	52
PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Keterbatasan Penelitian	53
5.3 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	56



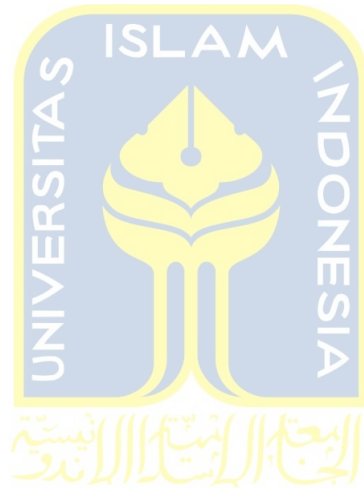
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 1	31
Gambar 3.1 2	40
Gambar 3.1 3	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.1 4	44
Gambar 3.1 5	48
Gambar 3.1 6	50



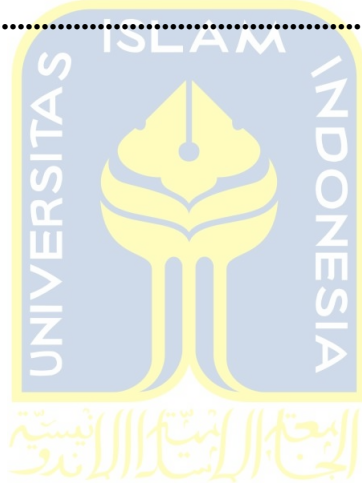
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1Error! Bookmark not defined.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	57
Lampiran 2	58
Lampiran 3	61
Lampiran 4	64
Lampiran 5	68
Lampiran 6	74
Lampiran 7	77
Lampiran 8	81
Lampiran 9	86
Lampiran 10	92
Lampiran 11	94
Lampiran 12	96
Lampiran 13	98
Lampiran 14	100



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syari'ah di Indonesia telah menunjukkan perkembangan pesat selama dekade terakhir ini. Disamping adanya dukungan pemerintah dan sambutan positif umat Islam yang besar, lembaga keuangan syari'ah terbukti secara empiris tetap bertahan dalam kondisi krisis ekonomi yang telah memporakporandakan sendi-sendi ekonomi dan sosial masyarakat. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan syari'ah yang memiliki potensi yang cukup besar. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1999, bank terdiri dari 2 (dua) jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip Syari'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan BPR adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Jadi BPRS merupakan lembaga keuangan berbentuk bank dengan system operasionalnya berdasarkan prinsip syari'ah.

Kompetensi perbankan BPR maupun BPRS di seluruh provinsi di Indonesia yang sudah terlanjur terpuruk semakin diperparah dengan munculnya

pandemi COVID-19 di Indonesia pada awal tahun 2020. Perekonomian Indonesia yang membaik mengalami perlambatan besar pada tahap awal wabah virus. Pinjaman bank perkreditan rakyat dari masyarakat terputus atau bahkan menjadi kredit macet yang tidak dapat dikembalikan. Persaingan komersial yang diciptakan oleh BPRS Barokah Dana Sejahtera, ditambah dengan tekanan untuk menyesuaikan layanan keuangan berdasarkan praktik yang sehat sebelum COVID-19. BPR Barokah Dana Sejahtera mengubah strategi pemasaran untuk layanan keuangan mengubah cara nasabah bank memahaminya, yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan bank dan bahkan loyalitas pelanggan. Studi ini melihat strategi pemasaran jasa BPRS Barokah Dana Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti melakukan penelitian pada BPRS Barokah Dana Sejahtera. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi dan implementasi pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memberi judul penelitian ini dengan: **“ANALISIS STRATEGI BISNIS BPRS BAROKAH DAN SEJAHTERA DI MASA PANDEMI COVID-19”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi dan implementasi pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah?

Tujuan dari rumusan masalah ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi dan implementasi pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik Nasabah.

2. Kendala apa yang dihadapi dalam pengembangan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah saat pandemi?

Tujuan dari rumusan masalah ini adalah untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi BPRS Barokah Dana Sejahtera dalam mengimplementasikan strateginya di masa pandemi.

3. Apa saja perbaikan yang dapat dilakukan oleh BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik Nasabah pada masa pandemi?

Tujuan dari rumusan masalah ini adalah membagikan saran pengembangan untuk mengantisipasi kendala yang dihadapi BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik Nasabah.

1.3 Fokus Penelitian

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan dan menjawab rumusan masalah yang ada, maka peneliti menentukan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Tempat Penelitian : BPRS Barokah Dana Sejahtera.
2. Aspek Penelitian : Strategi Pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik Nasabah.
3. Waktu Penelitian : tahun 2022.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik Nasabah.
2. Mengetahui dan mendeskripsikan mekanisme yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera dalam mengimplementasikan strateginya
3. Mengetahui dan mendeskripsikan faktor penghambat dalam strategi pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik Nasabah.
4. Mengetahui kontribusi apa yang diberikan penulis terhadap penelitian yang dilakukan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan hasil yang memberikan manfaat antara lain:

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan khazanah ilmu pengetahuan dan pemahaman khususnya di bidang akuntansi terutama bidang Perbankan Syariah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat mendorong dilakukannya penelitian sejenis lebih lanjut dan dapat dijadikan referensi untuk pengembangan penelitian lain.
3. Hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusun, umumnya bagi instansi yang

memerlukan dan lembaga-lembaga yang berkecimpung dalam dunia ekonomi dan bisnis islami.

4. Sebagai informasi dan sumbangan pemikiran terhadap pemerintah yang terkait dalam melakukan evaluasi dan perbaikan kinerja BPRS Barokah Dana Sejahtera

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti membahas berbagai kajian pustaka yang digunakan termasuk teori-teori yang relevan dengan penelitian ini. Untuk bagian terakhir peneliti juga menambahkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian di lapangan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti membahas mengenai metode penelitian yang akan dilakukan. Metode penelitian tersebut meliputi jenis penelitian, fokus penelitian, sistematika penelitian, sumber dan jenis data, pemilihan responden, objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik pengujian keabsahan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisis penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian tersebut disusun berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengembangan

Pengembangan ialah proses yang digunakan untuk mengembangkan dan memvalidasi produk dari perusahaan/instansi. Penelitian ini mengikuti langkah-langkah secara siklus. Pengembangan adalah suatu proses atau langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada (Sukmadinata, 2020).

Pada hakikatnya pengembangan ialah usaha yang dilakukan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, mteratur, dan juga bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan perusahaan/instansi agar sesuai dengan keinginan serta kemampuan-kemampuan para pendiri agar tercapainya martabat, mutu dan perusahaan/instansi tersebut (Afrilianasari, 2014).

2.2 Lembaga Keuangan Syariah (LKS)

Pada umumnya, Lembaga Keuangan Syariah Kegiatan dibidang keuangan syariah yang berkembang di Indonesia, menggunakan dengan prinsip syariat islam. Upaya yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah berupa aset keuangan, kredit, dan menanamkan dananya dalam surat berharga berdasarkan syariah dan tidak menyalahi Dewan Syariah Nasional. Pada umumnya, pelaksanaan sistem keuangan syariah dan sistem keuangan tidak jauh berbeda, sedikit perbedaan yang terletak pada prinsipnya. Prinsip sistem keuangan syariah

sesuai dengan Al-Quran dan Hadits, sedangkan prinsip sistem keuangan di Indonesia menggunakan sistem moneter yang di dalamnya mencakup bank dan lembaga yang ikut menciptakan uang giral (Sudarsono, 2018).

Lembaga keuangan syariah adalah tempat bagi Rasulullah membangun Baitulmal guna menyimpan kekayaan negara yang memiliki fungsi sebagai pemasukan dan pengeluaran pembelanjaan, agar terhindar dari kecurangan. Lalu administrasi dan dewan-dewan dibentuk saat berkembangnya Baitulmal masa Khulafaurrasyidin. Terdapat dua kategori lembaga keuangan syariah yakni lembaga keuangan dibidang perbankan dan lembaga keuangan dibidang non perbankan. Contoh dari lembaga keuangan dibidang perbankan dengan prinsip syariah yaitu: Bank Umum Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), Unit Usaha Syariah Pada Bank Konvensional. Sedangkan lembaga keuangan dibidang non perbankan dengan prinsip syariah adalah Baitulmal Wa Tamwil, Gadai Syariah, Lembaga Amil Zakat, Badan Amil Zakat, dan sebagainya (DI MAKASSAR, n.d.).

2.2.1 Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Berdasarkan Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah bab 1 pasal 1, Perbankan Syariah ialah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS) , mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan Bank Syariah adalah Bank yang

menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Syariah

2. Fungsi Bank Syariah

Menurut Undang-Undang No.21 tahun 2008 pasal 4 tentang perbankan syariah, menyatakan bahwa fungsi bank syariah adalah sebagai berikut:

- a. Bank syariah dan UUS harus menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank syariah dan UUS dapat memenuhi kebutuhan sosial berupa lembaga baitulmaal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah, atau dana social lainnya dan menyalurkannya ke organisasi pengelola zakat.
- c. Bank Syariah dan UUS bida menghimpun dana sosial dari wakaf (nazhir) dengan kemauan pemberi wakaf (wakif)
- d. Pelaksanaan fungsi sosial yang disebut pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai peraturan perundang-undangan. Secara umum, Bank Syariah memiliki fungsi yang sama dengan bank konvensional, yakni sebagai lembaga perantara keuangan dengan menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya untuk mendukung sektor atau kelompok masyarakat lain yang butuh pendanaan.

3. Tujuan Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 3 mengenai Perbankan Syariah, menyatakan bahwa “Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat”.

4. Prinsip Dasar Kegiatan Usaha Bank Syariah

Menurut (Dwi, 2010) prinsip dasar kegiatan perbankan syariah dibagi menjadi 5 (lima), diantaranya :

a. Prinsip Simpanan Murni (al-Wadi’ah)

Prinsip Simpanan murni adalah fasilitas yang diberikan Bank Islam untuk diberikan oleh Bank Islam untuk menawarkan kesempatan pada pihak bank yang memiliki dana lebih untuk menyimpan dana tersebut kedalam bentuk alWadi’ah. Fasilitas al-Wadi’ah biasanya diberikan guna investasi untuk mendapatkan keuntungan seperti tabungan dan deposito. Konvensional al-Wadi’ah dalam dunia perbankan identik dengan giro.

b. Bagi Hasil (syirkah)

Sistem bagi hasil ialah sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini bisa terjadi antara bank dengan penyimpan dana, ataupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk berdasarkan prinsip ini ialah mudharabah dan musyarakah. Selain itu, prinsip mudharabah dapat menjadi dasar yang baik untuk produk pendanaan (tabungan dan

deposito) maupun pembiayaan, sedangkan musyarakah lebih kepada pembiayaan.

c. Prinsip Jual Beli (at-Tijarah)

Prinsip jual beli adalah suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, lalu bank menjual barang itu ke nasabah sesuai harga beli di tambah keuntungan (margin).

d. Prinsip Sewa (al-Ijarah)

Secara garis besar, prinsip ini terdiri dari dua jenis :

- 1) Ijarah, sewa murni, seperti penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Di teknis perbankan, bank bisa membeli *equipment* yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakan dalam waktu yang telah disepakati kepada nasabah.
- 2) Al-Ijarahal-muntahia bit-tamlik, adalah penggabungan sewa dan beli, dimana penyewa memiliki hak untuk memiliki barang di akhir masa sewa.

e. Jasa (*Fee-based services*)

Prinsip jasa mencakupi layanan non-pembiayaan yang diberikan oleh bank. Bentuk produk yang sesuai dengan prinsip ini adalah Bank Garansi, Kliring, Inkaso dan Jasa Transfer. Secara syariah prinsip ini didasarkan pada konsep al-ajr wal-umullah.

5. Peranan Perbankan Syariah

Menurut Amir dan Rukmana (2010 : 6) dalam sistem perbankan konvensional, selain berperan sebagai perantara antara pemilik dana dan dunia usaha, bank juga berperan sebagai penyekat antara mereka dikarenakan tidak adanya *transferability risk* dan *return*. Berbeda dengan sistem perbankan syariah. Perbankan syariah, bank menjadi manajer investasi, wakil, atau pemegang amanat (*custodian*) dan pemilik dana, hal ini menciptakan suasana harmoni. Skema produk perbankan syariah secara resmi merujuk pada kategori kegiatan ekonomi, yaitu produksi dan distribusi. Kategori pertama difasilitasi lewat skema profit sharing (*mudharabah*) dan partnership (*musyarakah*), berbeda dengan kegiatan distribusi manfaat hasil-hasil produk yang dilakukan melalui skema jual beli (*murabahah*) dan sewa menyewa (*ijarah*). Berdasarkan sifat tersebut, kegiatan lembaga keuangan dan bank syariah bisa dikategorikan sebagai *investment banking* dan *merchant / commercial banking*. Hal ini berarti, bank syariah bisa melakukan kegiatan ekonomi yang bersangkutan dengan aktivitas investasi (sektor riil) maupun di sektor moneter.

2.2.2 Non Bank

1. Pengertian Lembaga Keuangan Non Bank

Lembaga keuangan non bank ialah : “Lembaga keuangan non bank ialah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan

atau tagihan (claims) dibandingkan asset non finansial ataupun asset riil (Nurastuti, 2011).

Lembaga keuangan adalah bagian dari sistem keuangan yang melayani masyarakat pemakai jasa-jasa keuangan. Diperlukannya peran serta lembaga keuangan bagi pembangunan nasional ekonomi, terutama peranan perbankan dalam memajukan perekonomian dalam era globalisasi dan modern. Hampir semua sektor yang berkaitan dengan aktivitas keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan dimasa yang akan datang dalam menjalankan kegiatan keuangan baik perorangan maupun lembaga, baik sosial maupun perusahaan tidak akan terlepas dari dunia perbankan.

2. Peranan Lembaga Keuangan Non Bank

Pada aktivitas usahanya yang bersifat kontraktual (*contractual institution*) yakni meningkatkan dana dari masyarakat dengan menawarkan kontrak untuk menjaga penabung terhadap risiko ketidakpastian, dan memobilisasikan sumber keuangan dalam negeri untuk membiayai pembangunan, maka peranan lembaga keuangan non bank bagi pemerintah adalah sebagai berikut (Nurastuti, 2011).

1) Peningkatan akses terhadap jasa keuangan

Perusahaan pembiayaan memiliki tujuan untuk dapat meningkatkan alternatif sumber pendanaan bagi UKM.

2) Perusahaan model ventura memiliki tujuan untuk mendukung tumbuh kembangnya kewiraswastaan dan penciptaan lapangan pekerjaan.

- 3) Dana pensiun dan asuransi memiliki tujuan menawarkan produk untuk mengelola risiko bagi perusahaan dan perorangan.
- 4) Pengurangan biaya untuk memperoleh jasa keuangan
- 5) Meningkatkan persaingan antar penyedia jasa keuangan agar produk dan jasa mereka lebih efisien melalui biaya yang lebih rendah.
- 6) Meningkatkan stabilitas sistem keuangan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan
- 7) Mengurangi potensi terjadinya krisis dimasa yang akan datang.

2.3 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

2.3.1 Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun (2008) tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit Usaha Syariah (UUS), yang selanjutnya adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit

yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Soemitra, 2017).

Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Ketentuan Umum disebutkan pengertian dari Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) adalah Bank Syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Sedangkan Pasal 2 UU No. 21 Tahun 2008 dijelaskan bahwa Perbankan Syari'ah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan Prinsip Syari'ah (Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008), demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.

Pelaksanaan BPR yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Pembiayaan Rakyat berdasarkan prinsip syariah.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa BPR Syariah adalah bank syariah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah dalam kegiatannya terbatas pada penghimpunan dana dan penyaluran dana kepada masyarakat.

2.3.2 Tujuan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

(Al Arif, 2012) tujuan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada didaerah pedesaan. Hal ini untuk menghindari agar mereka tidak terjebak oleh rentenir yang menerapkan bunga.
2. Menambah lapangan kerja, terutama ditingkat kecamatan sehingga mengurangi arus urbanisasi.
3. Membina semangat *ukhuwah Islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadai.
4. Mempercepat perputaran aktivitas perekonomian karena sektor real akan bergairah.

Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) dalam aktivitas operasional perbankannya dilarang untuk :

1. Melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip Syari'ah.
2. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
3. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, kecuali penukaran uang asing dengan izin Bank Indonesia.
4. Melakukan kegiatan usaha perasuransian, kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi Syari'ah.
5. Melakukan penyertaan modal, kecuali pada lembaga yang dibentuk untuk menanggulangi kesulitan likuiditas Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah.
6. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha yang telah diatur dalam Undang-Undang.

2.3.3 Kegiatan Usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Adapun kegiatan usaha dari BPR Syari'ah intinya hampir sama dengan kegiatan dari Bank Umum Syari'ah, yaitu berupa penghimpunan dana, penyaluran dana, dan kegiatan di bidang jasa. Yang membedakannya adalah bahwa BPR Syari'ah tidak diperkenankan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, misalnya ikut dalam kegiatan kliring, inkaso, dan menertibkangiro (Umam, 2013: 41).

Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh BPR Syari'ah meliputi sebagai berikut :

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk :
 - a. Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syari'ah; dan
 - b. Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syari'ah.
2. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk :
 - a. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*.
 - b. Pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, atau *istishna'*.
 - c. Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*.
 - d. Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*

- e. Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*.
3. Menempatkan dana pada Bank Syari'ah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi berdasarkan akad *mudharabah* dan atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syari'ah.
 4. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah yang ada di Bank Umum Syari'ah, Bank Umum Konvensional dan UUS.
 5. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Syari'ah lainnya yang sesuai dengan prinsip Syari'ah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

Kegiatan usaha BPR Syari'ah secara teknis operasional berkaitan dengan produk-produknya mendasarkan pada Pasal 2 dan Pasal 3 PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip Syari'ah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank Syari'ah sebagaimana telah diubah dengan PBI No. 10/16/PBI/2008. Lebih teknis lagi mengacu SEBI No. 10/14/DPbS Jakarta, 17 Maret 2008 perihal pelaksanaan prinsip dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank Syari'ah.

Perlu ditekankan disini bahwa setiap pihak dilarang melakukan kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk simpanan atau investasi berdasarkan prinsip Syari'ah tanpa izin terlebih dahulu dari Bank Indonesia, kecuali diatur dalam undang-undang lain. Dengan demikian untuk dapat melakukan kegiatan-kegiatan sebagaimana dimaksud di atas secara *a contrario* dapat ditafsirkan harus ada izin terlebih dahulu dari Bank Indonesia.

2.3.4 Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

1. Produk Penghimpunan Dana

Penghimpun dana dari masyarakat dapat meliputi simpanan amanah, tabungan *wadi'ah* serta deposito *wadi'ah/mudharabah*.

a. Simpanan Amanah

Bank menerima titipan amanah (*trustee account*) dari nasabah, disebut dengan titipan amanah dikarenakan bentuk perjanjian ialah *wadi'ah* yaitu titipan yang tidak menanggung risiko. Meskipun begitu, bank akan memberikan bonus bagi hasil keuntungan yang diperoleh bank kepada nasabahnya melalui pembiayaan.

b. Tabungan *Wadi'ah*

Bank menerima tabungan (*saving account*) dari nasabah dalam bentuk tabungan bebas, sedangkan akad yang diikat oleh bank dengan nasabah yakni dalam bentuk *wadi'ah*. Titipan nasabah tersebut tidak menanggung risiko kerugian serta bank memberikan bonus kepada nasabah. Bonus diperoleh bank dari bagi hasil kegiatan pembiayaan kredit kepada nasabah lainnya. Bonus tabungan *wadi'ah* bisa diperhitungkan secara harian dan dibayarkan kepada nasabah pada setiap bulannya.

c. Deposito *Wadi'ah/Mudharabah*

Bank menerima deposito berjangka (*time and investment account*) dari nasabahnya. Akad yang dilakukan bisa berbentuk *wadi'ah* dan bisa juga berbentuk *mudharabah*. Lazimnya, jangka waktu deposito yaitu 1, 3, 6, 12 bulan dan seterusnya, sebagai bentuk penyertaan modal. Maka dari

itu, nasabah/deposan akan dapat bonus keuntungan dari bagi hasil yang diperoleh bank dari pembiayaan yang dilakukannya kepada nasabah-nasabah lainnya (Wajdi & Lubis, 2021)

2. Produk Penyaluran Dana kepada Masyarakat

a. *Mudharabah*

Mudharabah ialah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul mal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Kerugian ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola sedangkan Keuntungan usaha dibagi sesuai kesepakatan dalam kontrak,. Jenis mudharabah ada 2 yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah* (Karim, 2022).

b. *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana setiap pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko (kerugian) akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan (Rivai, 2017).

c. *Murabahah*

Murabahah adalah *ribhu* (keuntungan) yang merupakan transaksi jual beli dimana bank menyebutkan jumlah keuntungannya. Bank berperan sebagai penjual, sementara itu nasabah berperan sebagai pembeli. Harga jual ialah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*) (Rivai, 2017).

d. *Salam*

Salam adalah pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, dan pembayarannya dilakukan dimuka. Hal ini harus dipahami jenis, kualitas dan jumlah barang dan hukum awal pembayaran harus dalam bentuk uang.

e. *Istishna*

Istishna adalah kontrak penjualan antara pembeli dan produsen (pembuat barang). Kedua belah pihak harus saling menyetujui atau sepakat lebih dahulu tentang harga dan sistem pembayaran. Kesepakatan harga dapat dilakukan secara tawar menawar dan sistem pembayaran dapat dilakukan dimuka atau secara angsuran perbulan atau dibelakang.

f. *Qardh*

Qardh ialah pinjaman uang. Aplikasinya dalam perbankan ada empat hal, yakni sebagai pinjaman talangan haji, sebagai pinjaman tunai, sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil, sebagai pinjaman kepada pengurus bank (Karim, 2022).

g. *Ijarah* (Prinsip Sewa)

Transaksi *ijarah* dilandaskan adanya perpindahan manfaat. Prinsipnya, *ijarah* samandengan prinsip jual beli, perbedaannya hanya terletak pada objek transaksinya, yakni barang, sedangkan pada *ijarah* objek transaksinya ialah jasa (Karim, 2022).

h. *Ijarah Muntahiyah Bittamlik*

Ijarah muntahiyah bittamlik ialah akad antara dua pihak, dimana salah satunya menyewakan barang ke pihak lainnya, pembayaran dilakukan secara angsur dalam jangka waktu tertentu, di akhir masa sewa kepemilikan, barang akan berpindah ke pihak penyewa dengan akad baru.

i. *Hawalah*

Hawalah adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang ke orang lain yang wajib menanggungnya. Terjadi perpindahan tanggungan atau hak dari satu orang kepada orang.

2.4 Nasabah

Pada aktivitas pemasaran perusahaan ada tujuan yang dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Pada jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen ke produk yang baru diluncurkan. Sedangkan jangka panjangnya dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang telah ada agar tetap eksis. Untuk mendapatkan konsumen/nasabah, haruslah diperhatikan kebutuhan dan keinginannya terlebih dahulu.

(Kasmir, 2018) faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan jumlah nasabah adalah :

1. Karyawan harus menarik, dari segi penampilan, gaya bicara maupun gerak gerik sehingga nasabah tidak jenuh saat berhadapan dengan nasabah
2. Cepat tanggap pada keinginan nasabah dan ligat dalam mengerjakan sesuatu dan melayani nasabah, dan pelayanan harus benar dan tepat

3. Ruang tunggu yang tenang dan nyaman sehingga nasabah dapat merasakannya, seperti ruangan yang lebar serta dekorasi yang indah
4. Brosur tersedia lengkap dan bisa menjelaskan apapun pada nasabah, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah
5. Keragaman dan kelengkapan produk yang membuat nasabah tertarik berhubungan dengan perusahaan. Dalam suatu lokasi produk yang dijual hendaknya lengkap sehingga nasabah mempunyai banyak pilihan
6. Lokasi usaha yang memberikan keamanan, dan parkir yang memadai

2.5 Kajian Penelitian Terdahulu

(Suryanto & Ruchiyat, 2019) didapatkan bahwa 1) Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat tercapai dengan baik, dibuktikan dengan kegiatan usaha BPRS Daarut Tauhid yang sudah tepat dengan prinsip syariah yang sesuai peraturan perundang-undangan yang ada, 2) Berdasarkan materi yang sudah disampaikan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan selanjutnya keseluruhan materi sudah dirangkum dalam aplikasi ceklis/self assesment sebagai alat control terhadap hal hal yang telah dilakukan, sedang dalam proses dan belum dilaksanakan dapat dijadikan acuan untuk melengkapinya, 3) Strategi Pengembangan dan peningkatan kinerja BPRS dan Kesejahteraan Umat akan dilakukan perubahan baik dari segi SDM, Teknologi dan memperluas jaringan sehingga bisnis BPRS dapat berkembang dan terciptanya kesejahteraan umat, 4) Pengabdian masyarakat memberikan manfaat untuk peningkatan kinerja BPRS Daarut tauhid baik jangka pendek maupun jangka panjang

(Nizar, 2015) didapatkan bahwa 1) Pengetahuan tim marketing belum maksimal, hal ini dibuktikan dari marketing masih belum memenuhi target yang di tentukan perusahaan. Pesanginan antar sesama marketing sangat ketat, sehingga terkadang antar tim marketing berebut nasabah. Hal tersebut tentu saja tidak sesuai dengan prinsip syariah, yang mengakibatkan nasabah bingung, apa yang membedakan bank syariah dengan konvensional, 2) Strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan oleh manajemen PT. BPRS Adil Makmur Karangpulo Malang untuk meningkatkan posisi mereka, langkahnya ialah menemukan strateginya secara eksplisit kepada seluruh karyawan perusahaan, sehingga tujuan perusahaan mudah tercapai, 3) Produk kelembagaan syariah yang di promosikan masih belum menarik hati nasabah. Hal tersebut membuat lembaga harus membuat produk baru yang unik dan dapat menarik hati masyarakat.

(Efendi & Mikhriani, 2015) kondisi bisnis di BPRS MCI dalam mengangkat pasar industri jasa yang dimilikinya telah cukup baik, berdasarkan hasil analisis siklus hidup produk dirincikan bahwa pertumbuhan nasabah di BPRS MCI dari tahun 2008 sampai dengan 2012 terus mengalami peningkatan. Didalam penelitian ini, penyusun juga menggunakan analisis pesaing, strategi pengembangan produk, strategi generic versi Porter dan strategi pemasaran, Elemen-elemen itu dilaksanakan untuk menunjang pendekatan GE. Alternatif strategi yang bisa dipakai oleh bank BPRS MCI ialah perusahaan bisa merebut pangsa pasar dengan cara meningkatkan jangkauan pemasaran dan juga mulai menggunakan media elektronik sebagai media pemasaran, sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini harus dibantu dengan mempertahankan

perkembangan jumlah nasabah, peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas mutu produk.

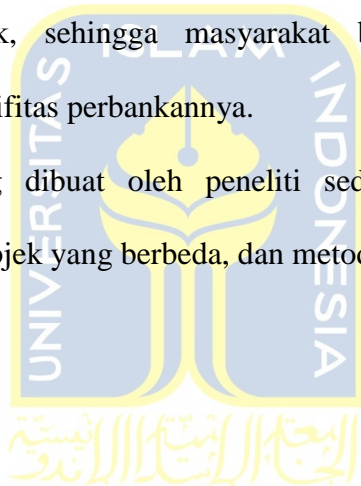
(Widayati & Wahyuni, 2019) didapatkan bahwa 1) Terjadi peningkatan tabungan dari tahun 2013 sebesar Rp. 4.431.310.996. Pada tahun 2014 sebesar Rp. 4.302.573.282. Pada Tahun 2015 sebesar Rp. 5.703.189.217. Pada Tahun 2016 sebesar Rp. 6.006.818.980. dan Pada Tahun 2017 sebesar Rp. 6.570.679.402, 2) Upaya yang dilakukan oleh PT.BPR Batang Kapas meliputi : a) Melakukan Promosi secara langsung ke lapangan dengan mempromosikan produk-produk yang ada di PT. BPR Batang Kapas. Menawarkan banyak macam produk tabungan yang ada di PT. BPR Batang Kapas, b) Memberikan kemudahan dan keuntungan dalam pembukaan rekening baru dengan setoran awal sebesar Rp. 25.000, c) Pelayanan prima yang dilaksanakan dalam melayani nasabah sebaik-baiknya, sehingga nasabah merasa puas.

(Setiawan, 2019) didapatkan bahwa 1) Strategi yang diimplementasikan BPRS dalam pengembangan bank syariah di Jawa Barat adalah : Pola strategi jangka pendek sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut: (1) Melaksanakan program edukasi untuk meningkatkan awareness terhadap kelembagaan, produk dan jasa perbankan, hak dan kewajiban nasabah, aspek kehati-hatian dalam melaksanakan transaksi keuangan (*risk awareness*), dan juga sarana dan mekanisme pengaduan atau penyelesaian permasalahan dengan perbankan; (2) Melakukan program edukasi guna meningkatkan *awareness* terhadap kelembagaan serta produk dan jasa perbankan syariah dalam rangka meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah; (3) Melakukan program edukasi

guna meningkatkan *awareness* terhadap kelembagaan BPRS dan juga meningkatkan citra BPRS di masyarakat; (4) Melakukan program edukasi ke masyarakat luas mengenai tindak kejahatan yang menggunakan produk dan jasa perbankan dalam rangka menghindari timbulnya kerugian pada masyarakat dan (5) Melaksanakan program edukasi guna meningkatkan pemahaman penggunaan instrumen sistem pembayaran non tunai secara aman, 2) Program-program tersebut dilaksanakan dengan cara: a) Menjalin kerjasama dengan media massa untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kelembagaan, produk dan jasa perbankan; b) Melaksanakan koordinasi dalam program edukasi dengan lembaga/institusi terkait; c) Melakukan program edukasi ke target segment yang memiliki pengaruh yang besar ke kelompok masyarakat tertentu agar dalam jangka panjang bisa menjadi *change implementor*, misal: kaum intelektual yang diwakili oleh guru; d) Melaksanakan program edukasi yang lebih mengandalkan pada peran dari kalangan internal perbankan, 3) Pola Strategi Jangka Panjang, yang dilakukan adalah bentuk kontinuitas dari pola strategi jangka pendek yang sudah disempurnakan. Pola strategi jangka panjang yang disebut tadi, mencakup usaha peningkatan kualitas program edukasi yang sudah dilaksanakan sebelumnya dengan cara memperhatikan dan juga mengikuti dinamika serta kompleksitas produk dan jasa perbankan, yang tercakup tapi tidak terbatas pada: (1) Memperluas cakupan wilayah edukasi lewat kerjasama dengan media massa guna meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kelembagaan, produk dan jasa perbankan; (2) Memperluas dan mengintensifkan program edukasi lewat integrasi program edukasi dengan kurikulum sekolah maupun penyempurnaan dan

pengkinian materi mengenai uang dan bank yang telah terdapat dalam kurikulum sekolah saat ini dengan cara memanfaatkan jalur pendidikan formal mulai dari sekolah dasar (SD) sampai dengan sekolah lanjutan tingkat atas (SLTA); (3) Meningkatkan cakupan program, sasaran dan wilayah edukasi lewat kerjasama dengan pihak-pihak yang berkaitan baik formal maupun non formal; (4) Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap fungsi, peranan dan kelembagaan bank umum dan BPR baik konvensional maupun syariah dalam mendukung perekonomian nasional; (5) Meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kinerja bank, sehingga masyarakat bisa lebih bijaksana dalam menentukan pilihan aktifitas perbankan.

Penelitian yang dibuat oleh peneliti sedikit berbeda dari penelitian sebelumnya, dari sisi objek yang berbeda, dan metode pengolahan data nya.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pengenalan Bab

Pada bab ini dijelaskan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian analisis strategi bisnis di BPRS Barokah Dana Sejahtera di masa pandemi Covid-19. Bab ini adalah dasar pada proses penelitian dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Bab ini menjelaskan jenis penelitian, objek penelitian, fokus penelitian, sistematika penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, analisis data, teknik pengujian keabsahan data yang diperoleh dalam penelitian ini.

3.2 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yakni penelitian kontekstual yang menetapkan manusia sebagai instrumen, dan juga disesuaikan dengan situasi yang wajar dalam kaitannya dengan pengumpulan data yang pada umumnya bersifat kualitatif. Menurut Bogdan dan Tylor merupakan prosedur meneliti yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2019).

Pendekatan kualitatif dicirikan oleh tujuan penelitian yang berupaya memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa yang tidak memerlukan kuantifikasi, karena gejala tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat.

Penelitian akan menghasilkan tentang Strategi Pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik Nasabah

3.3 Obejek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah BPRS Barokah Dana Sejahtera. Dipilihnya objek penelitian dikarenakan sesuai dengan topik yang telah ditetapkan, dan juga memenuhi syarat atas rumusan masalah yang telah diajukan, yang berkaitan dengan analisis strategi bisnis BPRS Barokah Dana Sejahtera di masa pandemi Covid-19.

3.4. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksudkan untuk membuat batasan penelitian yang dilaksanakan agar sesuai dengan rumusan masalah dan juga tujuan yang telah dijelaskan di awal penelitian. Adapun fokus penelitian ini adalah :

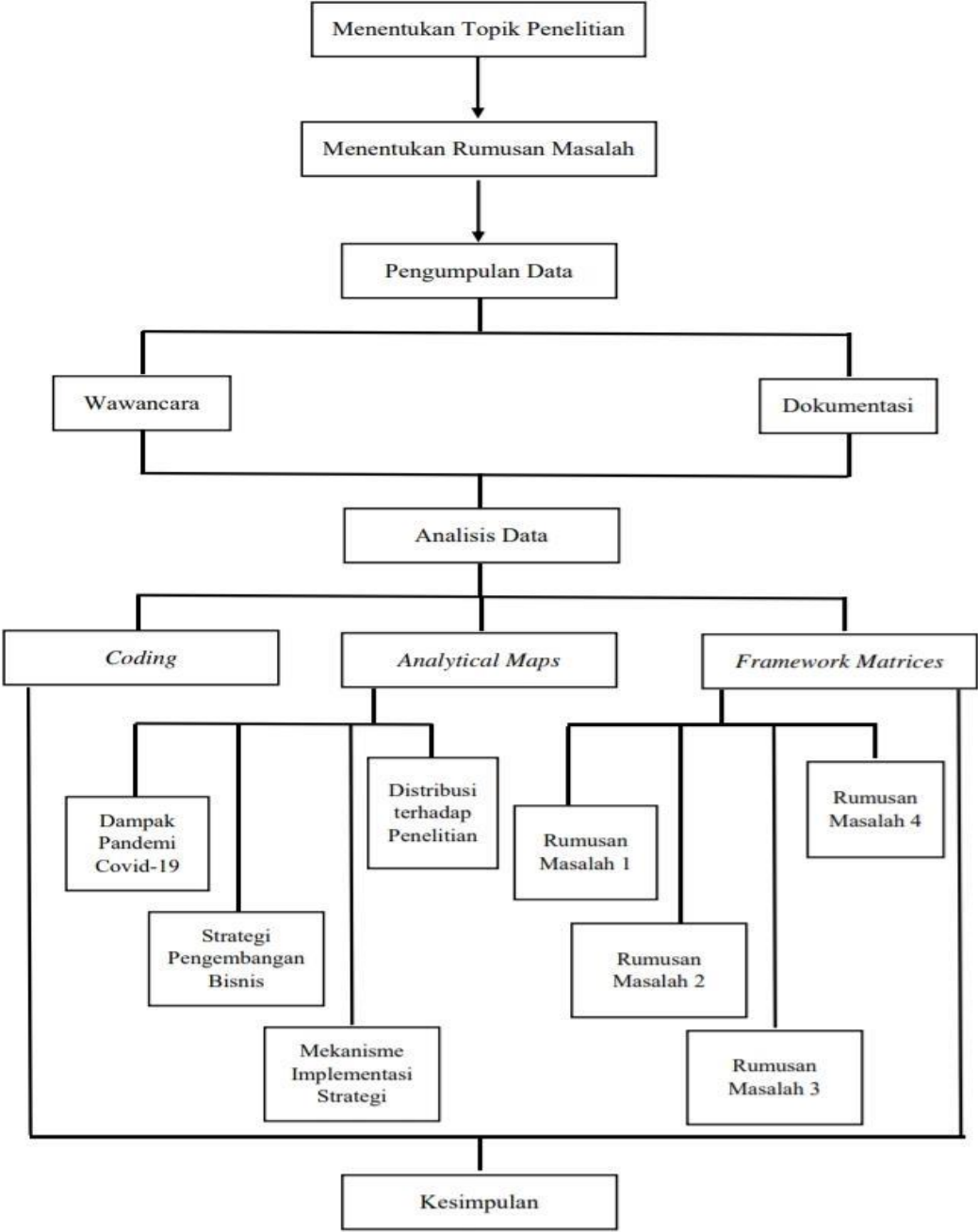
1. Strategi pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah.
2. Mekanisme yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera dalam mengimplementasikan strateginya.
3. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah.
4. Kontribusi apa yang diberikan penulis terhadap penelitian yang dilakukan.

3.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian kualitatif sangat diperlukan, karena mencakup langkah-langkah penelitian yang dilaksanakan dari awal sampai akhir, sehingga dapat mencapai kesimpulan. Berikut langkah-langkah peneliti dalam melaksanakan penelitian:



Gambar 3.1 Sistematika Penulisan



Gambar 3.1 1

3.6 Sumber dan Jenis Data

Sumber data dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

Data primer adalah data lapangan dari orang-orang yang menjadi subjek dalam penelitian ini, seperti lewat hasil wawancara yang dibuat yakni tentang Strategi Pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah.

2. Data sekunder

Data sekunder berfungsi sebagai pelengkap atau pendukung data primer yang berupa formulir, bukti, catatan maupun dokumen-dokumen perusahaan lainnya. Dalam hal ini data-data yang berkaitan tentang Strategi Pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pertanyaan secara lisan ke subyek penelitian. Teknik wawancara dilaksanakan secara formal dan juga intensif sehingga mendapatkan informasi secara jujur dan detail. Wawancara dalam penelitian

ini digunakan untuk mengetahui Strategi Pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah

Berikut subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini: Pimpinan dan orang yang berkepentingan. Tujuan wawancara kepada perusahaan tersebut untuk mengetahui Strategi Pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah.

Pelaksanaan wawancara dilaksanakan secara mendalam yakni berupa percakapan dengan informan terhadap obyek yang diteliti. Wawancara dilaksanakan dengan tanya jawab antar penulis dan informan dengan memakai panduan wawancara (*interview guide*) maupun wawancara terbuka (*open interview*) yang dapat membuka kesempatan kepada informan untuk menyampaikan pandangan dan pendapatnya tentang fenomena penelitian. Dengan data partisipan sebagai berikut:

1. Bapak Anjir Masrukhan Zakaria menjabat sebagai Manajer Operasional
 2. Ibu Annis marfuah menjabat sebagai Manajer Bisnis
 3. Bapak Eko agus purwanto menjabat sebagai SPV Lending
 4. Ibu Gita desi eka erawati menjabat sebagai SPV Funding
2. Dokumentasi

Metode dokumentasi ialah metode pengumpulan data dengan menyelidiki cara benda-benda tertulis seperti: buku, majalah, dokumentasi, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan (Arikunto, 2010).

Metode ini digunakan penulis guna memperoleh bahan-bahan informasi tentang Strategi Pengembangan yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk meningkatkan daya tarik nasabah.

3.8 Analisis Data

Setelah data terkumpul, dilakukan analisis guna menjawab rumusan masalah yang ada. Dalam penelitian ini peneliti adalah instrumen utama penelitian. Data yang telah dikumpulkan, diolah menggunakan *software* NVivo 12. NVivo 12 membantu peneliti untuk menganalisis data kualitatif seperti gambar, diagram, audio, halaman website, dan sumber dokumen lainnya (Bazeley dan Jackson, 2013). NVivo 12 digunakan peneliti kualitatif karena memudahkan dalam mengimport teks atau transkrip wawancara, rekaman wawancara, dan peraturan dari pdf sehingga dapat membentuk pola hubungan dari semua sumber data kualitatif tersebut.

3.8.1 Coding

Coding dalam NVivo 12 disimpan kedalam node. Dalam sistem informasi, *nodes* digunakan guna menunjukkan titik terminal atau titik koneksi dalam jaringan percabangan. Sedangkan nodes menjadi titik konsep berpotensi bercabang menjadi jaringan subkonsep atau dimensi (Patricia dan Kristi, 2013).

Peneliti menggunakan *sources* yang berupa hasil wawancara ke dalam *nodes* sebagai referensi. *Nodes* diolah berdasarkan tiga rumusan masalah sesuai dengan penelitian ini. Peneliti juga membuat *nodes* ke dalam bentuk *cases* yang digunakan menyimpan data hasil wawancara dari setiap narasumber. Setelah itu, peneliti membuat *cases clasification* yang isinya data dari masing-masing

narasumber yakni data pribadi berupa jabatan, jenis kelamin, masa kerja, dan pendidikan terakhir.

Tahap terakhir ialah membuat *relationships* yang berperan sebagai penghubung antar *nodes* yang saling berkaitan. Tujuan membuat *relationships* ialah guna menunjukkan hubungan antar *nodes* dan rumusan masalah.

3.8.2 Analytical Maps

Hasil dari tahap coding, berbentuk *analytical maps* yang menggambarkan rumusan masalah yang telah disusun. *Analytical maps* berfungsi guna mempermudah memahami tahap pembahasan.

Dalam maps, dimunculkan nodes dan relationships antar nodes. Peneliti menyusun empat *analytical maps* terkait dampak pandemi COVID-19 pada BPRS Barokah Dana Sejahtera, strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan daya tarik nasabah, mekanisme dalam mengimplementasikan strateginya, faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan daya tarik nasabah, dan kontribusi yang diberikan penulis terhadap penelitian yang dilakukan.

Peneliti memunculkan *maps* mengenai dampak pandemi COVID-19 pada BPRS Barokah Dana Sejahtera yang dihubungkan dengan strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan daya tarik nasabah. Maps kedua menampilkan strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan daya tarik nasabah dengan mekanisme dalam mengimplementasikan strateginya. Maps ketiga menampilkan hubungan antara mekanisme dalam mengimplementasikan strateginya dengan faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan bisnis untuk

meningkatkan daya tarik nasabah. Dan maps keempat menampilkan hubungan antara faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan daya tarik nasabah dengan kontribusi yang diberikan penulis terhadap penelitian yang dilakukan.

3.8.3 Framework Matrices

Framework Matrices merupakan hasil proses *coding*. Terdapat dua kelompok *framework matrices* yaitu wawancara dan dokumentasi. *Framework matrices* ini berisikan tabel yang menunjukkan hasil proses *coding* dari semua internal *sources* yang dipakai untuk referensi, dan dikelompokkan menurut hasil wawancara atau dokumen.

3.9 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Teknik pengujian keabsahan data sangat diperlukan dalam penelitian ini. Teknik pemeriksaan dilaksanakan sesuai dengan jumlah kriteria tertentu. Terdapat empat kriteria, yaitu:

1. Kepercayaan

Kepercayaan adalah unsur dimana orang lain dapat mengenali pengalaman yang terkandung dalam penelitian lewat interpretasi pengalaman peneliti, memeriksa keterwakilan data secara keseluruhan, pemeriksaan anggota yang melibatkan peneliti guna memastikan interpretasi peneliti ialah representasi akurat dari pengalaman penelitian.

Penelitian ini dilakukan wawancara dengan narasumber terpercaya yang benar-benar bertanggung jawab dalam pengembangan strategi bisnis yaitu manajer, supervisor, funding officer dan lending officer.

2. Keteralihan

Keteralihan merupakan suatu kemampuan untuk mentransfer dari satu kelompok ke kelompok lain, pemberian deskripsi yang bertujuan guna memberikan informasi ke pembaca. Dalam penelitian ini, peneliti mencantumkan *analytical maps* guna menggambarkan permasalahan yang diteliti dan juga menjelaskan proses sistematika penelitian lewat deskripsi hingga dapat ditarik kesimpulan.

3. Kebergantungan

Kebergantungan dicapai ketika peneliti mempunyai rekan yang berpartisipasi dalam proses analisis. Penelitian ini, uji kebergantungan dilaksanakan dosen pembimbing dengan cara mengaudit setiap proses dalam penelitian selama penelitian dilakukan.

4. Kepastian

Kepastian merupakan sikap kritis terhadap diri sendiri pada bagian dari penelitian tentang bagaimana prasangka sendiri yang dapat mempengaruhi penelitian. Peneliti adalah pihak yang subjektif, maka dari itu, peneliti butuh rekan dalam penelitian agar penelitian tersebut menjadi objektif.

Peneliti melakukan wawancara pada lebih dari satu orang pada divisi bisnis guna menghindari jawaban yang subjektif. Peneliti juga menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan mempeoleh data tidak hanya dari satu sumber.

Peneliti juga menggunakan *software* NVivo 12 dalam menguji keabsahan data, dengan menggunakan *software* NVivo 12, peneliti dapat menghubungkan

sources atau hasil *coding* dengan *nodes*. Peneliti membuat *framework matrices* yang memiliki fungsi guna memetakan hasil *coding* yang telah dilaksanakan di tahap awal. Dengan *framework matrices* peneliti lebih mudah dalam membuktikan bahwa hasil yang ditulis peneliti. *Framework matrices* berupa tabel, pada baris tabel berisikan narasumber wawancara pada kolom tabel berisi *nodes* dari hasil proses *coding*.



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengenalan

Pada bab IV peneliti menjelaskan hasil pembahasan yang sudah dilakukan pada BPRS Barokah Dana Sejahtera. Bagian awal bab ini menjabarkan profil BPRS Barokah Dana Sejahtera yang menjadi objek penelitian. Kemudian bagian selanjutnya peneliti akan menjabarkan terkait analisis strategi bisnis dan mekanisme pada BPRS Barokah Dana Sejahtera. Lalu di bagian selanjutnya membahas tentang kekurangan dan kendala pada tahap strategi bisnis. Selanjutnya, membahas mengenai saran untuk perbaikan sampai kesimpulan bab.

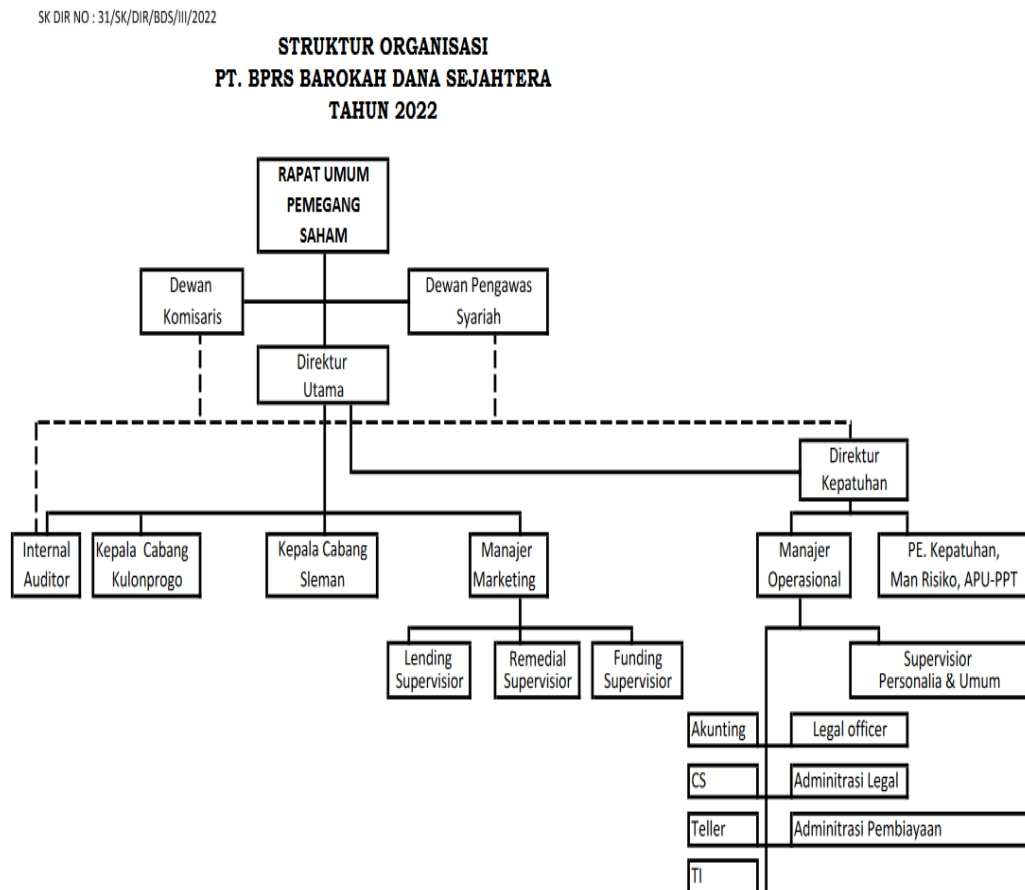
4.2 Profil BPRS Barokah Dana Sejahtera

4.2.1 Sejarah BPRS Barokah Dana Sejahtera

Bank Syariah BDS atau PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera di dirikan pada tahun 2007 di Brontokusuman Mergangsan Yogyakarta. Telah berdiri sekitar 10 tahun menyelenggarakan aktivitas perbankan syariah, yang diawali dengan keuntungan di awal tahun berdirinya telah menjadikan Bank Syariah BDS sebagai BPRS terkemuka di DIY. Bank Syariah BDS sudah melayani banyak kebutuhan jasa layanan perbankan masyarakat, dengan memegang syariat Islam. Seiring berjalannya waktu, pesatnya pertumbuhan pasar dan volume usaha dalam beberapa tahun terakhir, Bank Syariah BDS yang berpusat di Jl. Sisingamangaraja 71 Yogyakarta ini terus melaksanakan

pengembangan di berbagai aspek. Tidak dalam daya dukung infrastruktur fisik operasional dan fasilitas layanan saja, namun juga pada pengembangan kualitas sumber daya insani.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BPRS



Gambar 3.1 2

Sumber: BPRS Barokah Dana Sejahtera

4.2.2 Produk dan Layanan

Dalam perkembangannya, BPRS Barokah Dana Sejahtera selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, Bank Syariah BDS sudah melayani berbagai kebutuhan jasa layanan perbankan masyarakat semua kalangan dengan tetap memegang syariat Islam. Beberapa kebutuhan jasa layanan perbankan yang di sediakan Bank Syariah BDS meliputi, jasa tabungan dan jasa pembiayaan.

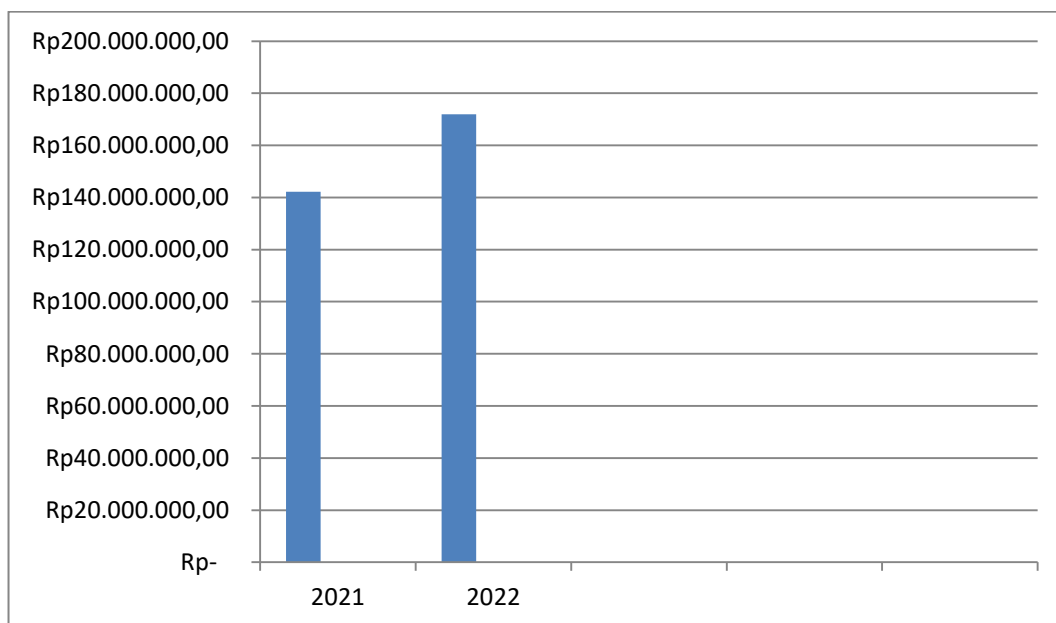
Untuk jasa tabungan meliputi, tab hadiah IB BDS, tab haji IB BDS, tab investasi IB BDS, tab Qurma IB BDS, tab sekolah IB BDS, tab tiara IB BDS, tab titipan IB BDS, tab ukhuwah IB BDS.

Untuk jasa pembiayaan meliputi, bermitra IB BDS, jual beli IB BDS, multijasa IB BDS, sewa IB BDS.

4.2.3 Perkembangan BPRS Barokah Dana Sejahtera

Pertumbuhan asset PT. BPR Sleman Yogyakarta mulai dari tahun 2021 sampai tahun 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 1



Tahun	Asset
2021	Rp.142.201.210
2022	Rp.171.925.647

Sumber :BPRS Barokah Dana Sejahtera

Grafik tersebut menjelaskan bahwa selama 2 tahun terakhir BPRS Barokah Dana Sejahtera mengalami peningkatan.

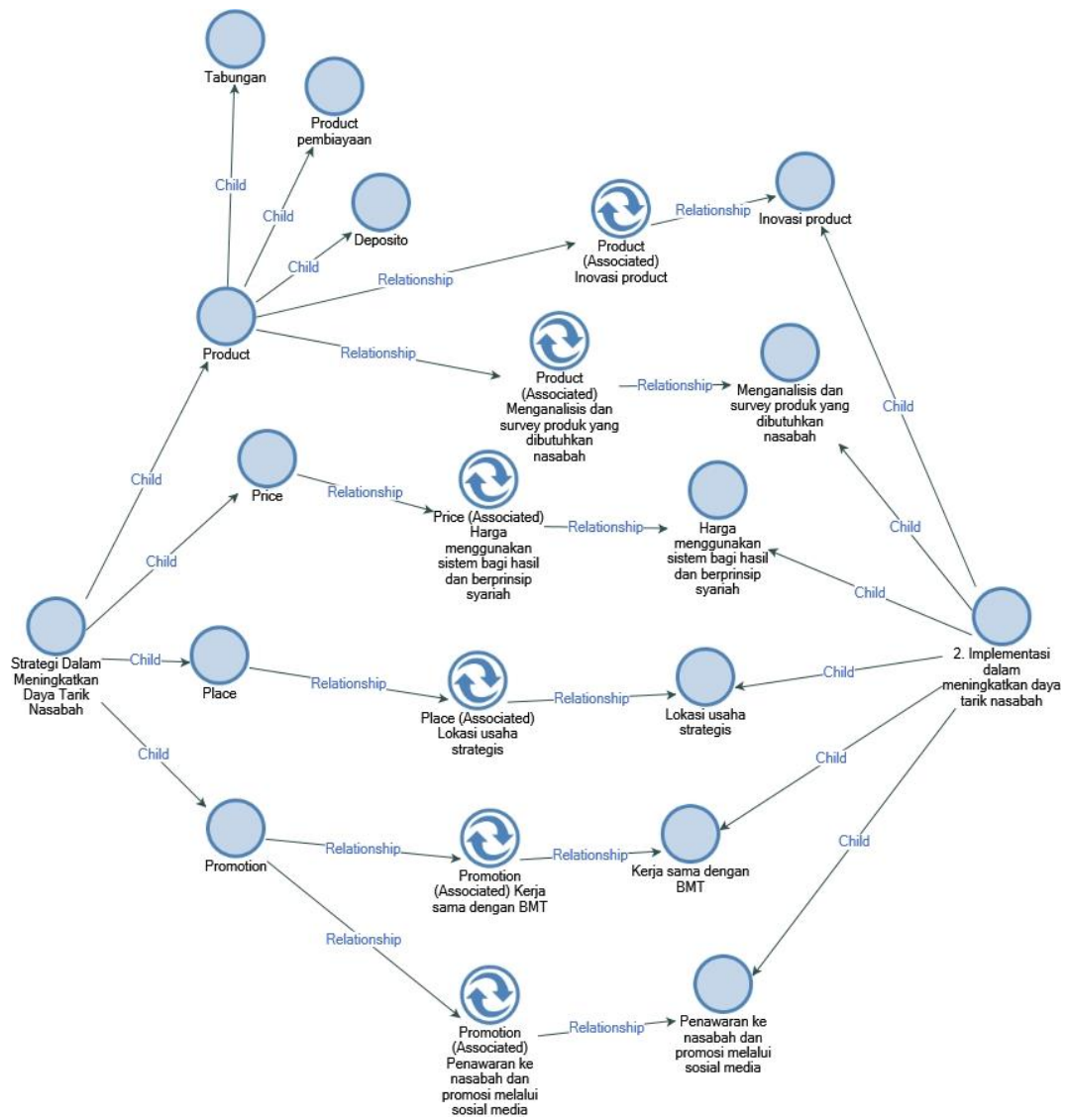
4.3 Strategi dan Mekanisme BPRS Barokah Dana Sejahtera dalam meningkatkan Daya Tarik Nasabah

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang berada di BPR Barokah Dana Sejahtera, terdapat beberapa strategi dan implementasi yang dilakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera. Kemudian hasil wawancara di rancang oleh peneliti menjadi sebuah rangkaian dibantu dengan *software* NVivo 12. Hasil dari rancangan tersebut sebagai berikut.



Gambar 6.1

Strategi dan mekanisme BPRS Barokah Dana Sejahtera dalam meningkatkan daya tarik nasabah



Gambar 3.1 3

4.3.1 Product

Produk produk yang disediakan oleh PT BPRS Barokah Dana Sejahtera terdiri dari produk pembiayaan dan pendanaan. Menurut bapak Eko Agus Purwanto (2022) beberapa produk tabungan yang ada di PT BPRS Barokah Dana Sejahtera antara lain Tabungan berhadiah IB BDS, Tabungan haji IB BDS, Tabungan investasi IB BDS, Tabungan Qurma IB BDS, Tabungan sekolah IB BDS, Tabungan tiara IB BDS, Tabungan titipan IB BDS, Tabungan Ukhuwah IB BDS, produk pembiayaan terdiri dari bermitra IB IBDS, jual beli IB BDS, multi jasa IB BDS, dan sewa IB BDS, dan deposito

Menurut ibu Gita Desi Eka Erawati (2022) BPRS Barokah Dana Sejahtera wajib melakukan survey terkait apa saja yg sedang di butuhkan nasabah. Terlebih disaat pandemi, pihak bank harus menganalisa menyesuaikan kemampuan nasabah dalam pengembalian uang agar nasabah bisa mendapatkan keringanan.

Menurut bapak Anjir Masrukhan Zakaria (2022) untuk mengembangkan kegiatan operasional, PT BPRS Barokah Dana Sejahtera mengembangkan digitalisasi produk berupa *mobile banking* guna mempermudah kegiatan operasional.

4.3.2 Price

Menurut ibu Gita Desi Eka Erawati (2022) penetapan harga yang ditetapkan oleh BPRS Barokah Dana Sejahtera terhadap produk saling menguntungkan kedua belah pihak karena perhitungannya menggunakan sistem bagi hasil dan berprinsip syariah.

4.3.3 Place

Penentuan tempat atau lokasi yang strategis menjadi salah satu strategi penting agar konsumen mudah menjangkau lokasi penyedia jasa. Menurut Ibu Annis Marfuah (2022) terkait lokasi lokasi BPRS Barokah Dana Sejahtera terletak di jln. Sisingamaraja yaitu merupakan tempat yang strategis yang terletak di sisi selatan kota kemudian lokasi di pinggir jalan. Lokasi tersebut mudah di akses namun tidak terlalu ramai, kemudian lokasi kita termasuk di lokasi dekat dengan destinasi wisata. Selain itu, lokasi yang berdekatan dengan masjid karena ekonomi syariah tidak boleh meninggalkan nilai dai'yah yang membuat nilai plus.

4.3.4 Promotion

Promosi berarti aktivitas menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli. Tanpa promosi, nasabah tidak mengenal produk produk yang ditawarkan oleh bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Menurut ibu Gita Desi Eka Erawati (2022) BPRS Barokah Dana Sejahtera mengadakan promosi

gencar gencaran melalui media sosial, seperti memasang spanduk promosi.

Menurut bapak Eko Agus Purwanto melakukan BPRS Barokah Dana Sejahtera mengimplementasikan strategi promosi di masa pandemic dengan cara promosi lewat media sosial secara intens dengan memasang berbagai iklan agar nasabah tetap mengetahui beberapa produk yang di tawarkan oleh pihak bank, kemudian melalui media aplikasi zoom dengan cara menyebarkan link zoom seminar produk ke nasabah, kemudian mempresentasikan kepada nasabah lama maupun baru terkait produk produk yang di tawarkan. Lalu membuat iklan iklan di seluruh media sosial agar informasi dapat tersampaikan kepada nasabah.

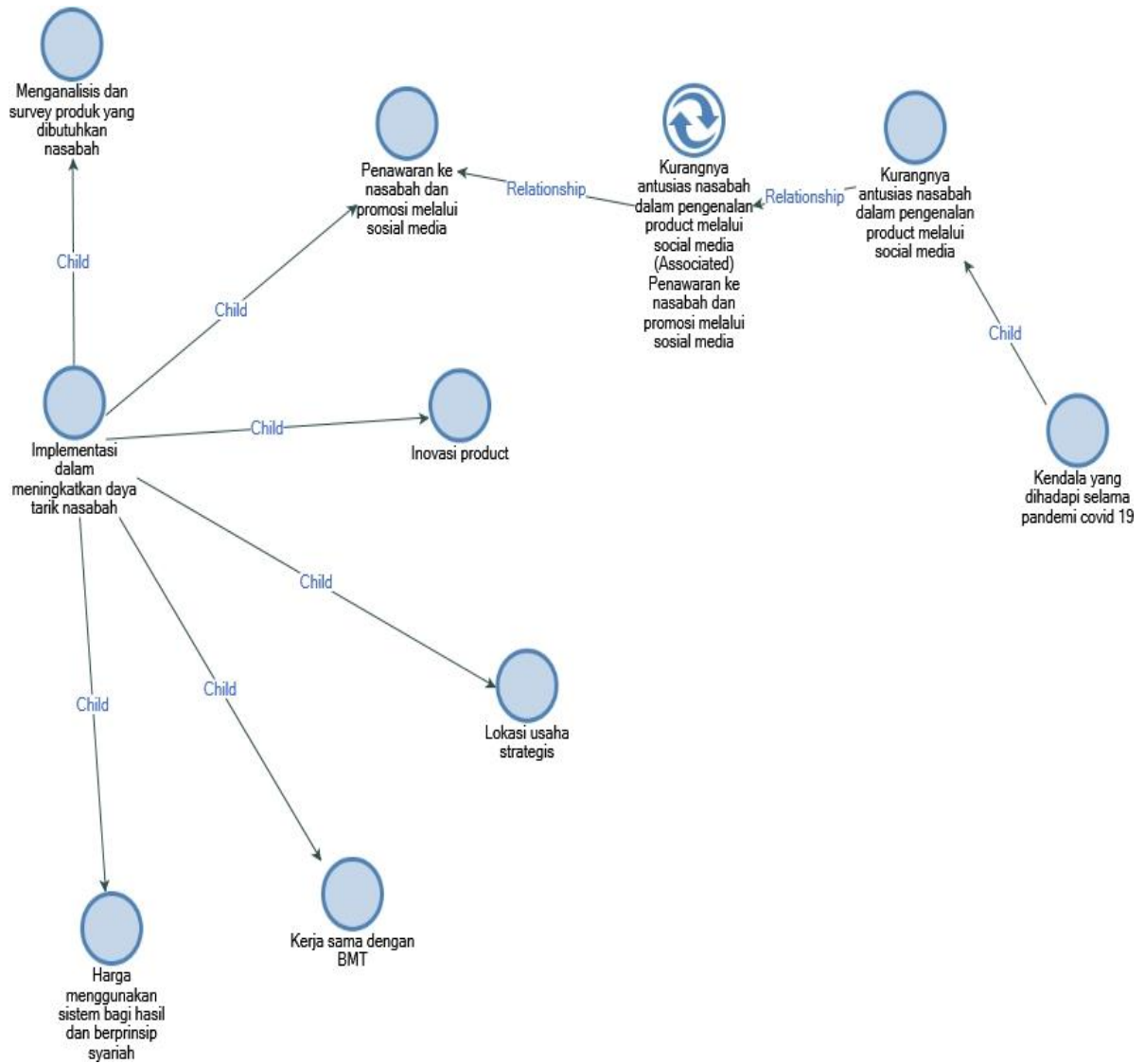
Selain itu, menurut ibu Gita Desi Eka Erawati (2022) BPRS Barokah Dana Sejahtera juga menambah rekanan BMT di asosiasi BMT seluruh indonesia demi mempromosikan produk unggulan.

4.4 Kendala dalam Meningkatkan Daya Tarik Nasabah

Berdasarkan hasil wawancara BPRS Barokah Dana Sejahtera, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan strategi meningkatkan daya tarik nasabah. Demikian kendalanya sebagai berikut:

Gambar 7.1

Mekanisme Meningkatkan Daya Tarik Nasabah Versus Kekurangan



Gambar 3.1 4

Sumber: Aplikasi Nvivo 12

Berlandaskan peta analisis mekanisme dalam meningkatkan daya tarik nasabah, terdapat kendala yang dihadapi BPRS Barokah Dana Sejahtera, yakni kurangnya antusias nasabah dalam pengenalan product melalui sosial media. Menurut ibu Gita Desi Eka Erawati (2022) Kendalanya yaitu tidak bisa mempresentasikan produk unggulan secara langsung. Banyaknya birokrasi yg banyak aturan akibat covid19.

Dan menurut Bapak Anjas (2022) Nasabah kurang antusias terhadap pengenalan product melalui sosial media, karna biasanya pengenalan product dilakukan secara langsung. Namun semenjak pandemic, semua harus serba online.

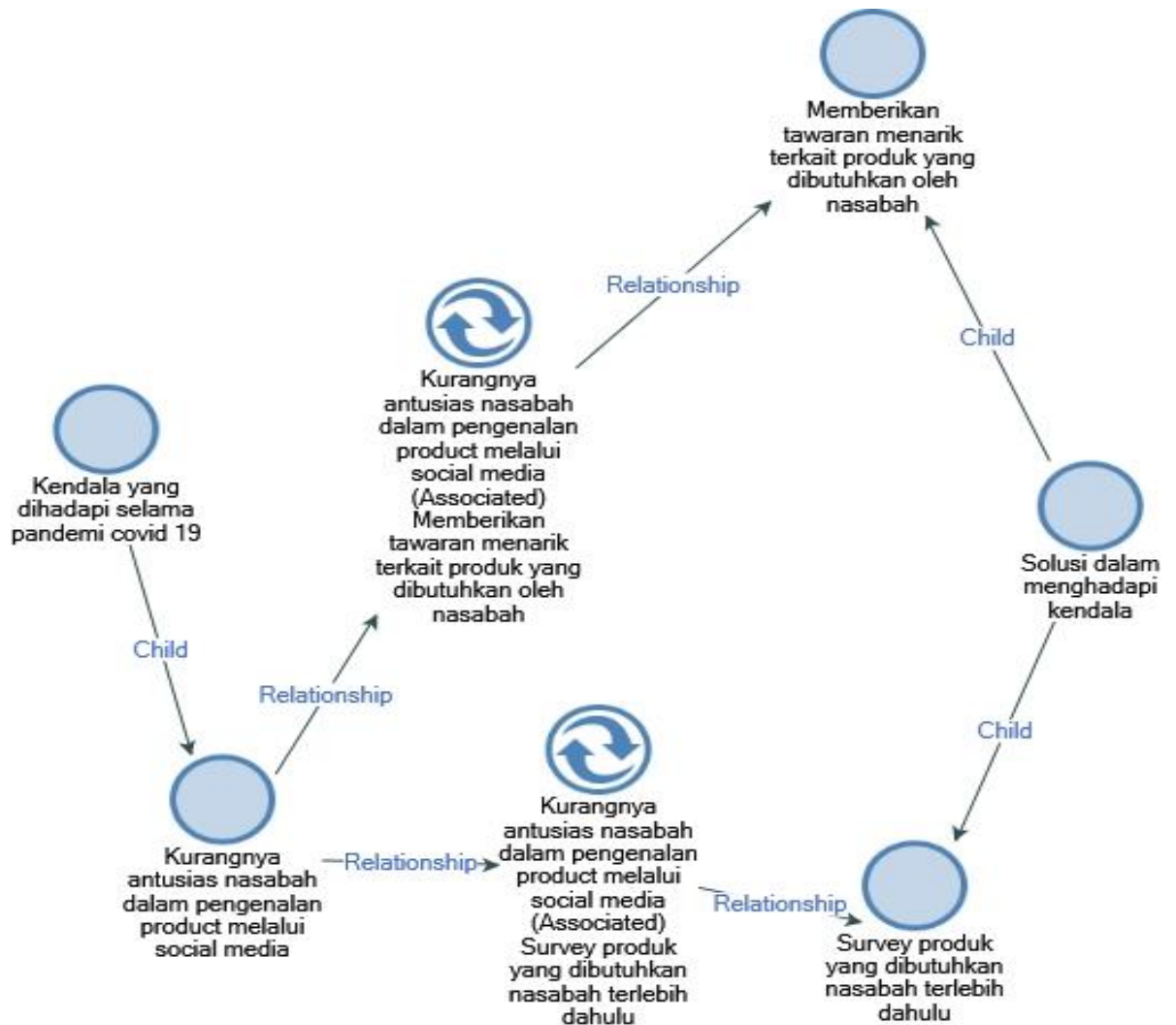
Dikarenakan semenjak pandemi, pertemuan antara pihak bank dan nasabah menjadi terbatas. Bank diharuskan untuk terbiasa dalam melakukan gencatan promosi dan pengenalan produk dari sosial media saja. Hal ini tentu saja belum menjadi hal yang biasa bagi BPRS Barokah Dana Sejahtera. Sehingga, hal tersebut menjadi kendala bagi BPRS Barokah Dana Sejahtera dalam meningkatkan daya tarik nasabah di masa pandemic covid 19.

4.5 Saran Perbaikan atas kendala dalam meningkatkan daya tarik nasabah

Berdasarkan hasil wawancara BPRS Barokah Dana Sejahtera, peneliti dibantu dengan *software* NVivo 12 membuat peta analisis sebagai berikut ini:

Gambar 8.1

Kendala Versus Saran dan Perbaikan



Gambar 3.1 5

Sumber: Aplikasi NVivo 12

Berdasarkan peta analisis NVivo 12 terdapat beberapa kendala yang terjadi selama meningkatkan daya tarik nasabah selama pandemic di BPRS Barokah Dana Sejahtera, maka ada beberapa saran perbaikan yang dapat diterapkan BPRS Barokah Dana Sejahtera.

Saran dan perbaikan yang dapat diberikan oleh penulis yakni, pihak Bank harus melakukan survey terkait produk yang dibutuhkan nasabah. Sehingga hal ini lebih efisien.

Saran dan perbaikan kedua yakni, memberikan tawaran yang menarik kepada nasabah, dan dilakukan dengan penyampaian yang menarik juga dengan menggunakan sosial media.

4.6 Kesimpulan bab

Berdasarkan analisa dan diskusi terkait dengan meningkatkan daya tarik nasabah selama pandemic covid 19 di BPRS Barokah Dana Sejahtera dapat diambil kesimpulan bahwa BPRS Barokah Dana Sejahtera telah melaksanakan strategi dalam meningkatkan daya tarik nasabah. Namun, terdapat kendala berupa kurangnya antusias nasabah dalam pengenalan produk. Berdasarkan kendala tersebut, penulis menyarankan perusahaan agar melakukan survey terlebih dahulu terkait produk yang dibutuhkan nasabah dan melakukan tawaran menarik melalui sosial media.

BAB V

PENUTUP

Bab ini mengulas kesimpulan penelitian. Kesimpulan diperoleh dari hasil analisis wawancara dan dokumen sehingga menjawab pertanyaan dari rumusan masalah. Pada bab ini juga dijelaskan keterbatasan peneliti dalam melaksanakan penelitian dan jugsaran bagi peneliti selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

1. BPRS Barokah Dana Sejahtera telah melaksanakan strategi dalam meningkatkan daya tarik nasabah dengan baik. Strategi yang diterapkan juga sudah cukup bagus, dan pihak bank memperhatikan dari berbagai aspek, yakni *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.
2. BPRS Barokah Dana Sejahtera mengalami kendala dalam mengimplementasikan kendalanya, yakni kurangnya antusias nasabah melalui sosial media, karna keterbatasan untuk bertemi di masa pandemic covid 19.
3. Untuk mengatasi kendala yang dialami, BPRS Barokah Dana Sejahtera wajib melakukan survey terlebih dahulu terkait product yang dibutuhkan oleh nasabah, dan memberikan tawaran yang menarik untuk nasabah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti memiliki saran untuk berbagai pihak berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam pengambilan data
2. Terdapat kendala terkait wawancara dengan narasumber dikarenakan kondisi yang kurang mendukung karna adanya wabah *COVID-19*. Sehingga pemerintah seringkali memberlakukan peraturan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM).

Saran

Peneliti memiliki saran untuk berbagai pihak berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, agar pelaksanaan dari strategi dalam meningkatkan daya tarik nasabah lebih baik lagi, dan dapat dengan cepat mengatasi kendala yang dihadapi
2. Bagi mahasiswa atau peneliti yang akan melakukan penelitian, dapat melakukan penelitian terkait implementasi strategi dalam meningkatkan daya tarik nasabah pada perusahaan lain agar dapat membandingkan pelaksanaan dalam meningkatkan daya tarik nasabah.

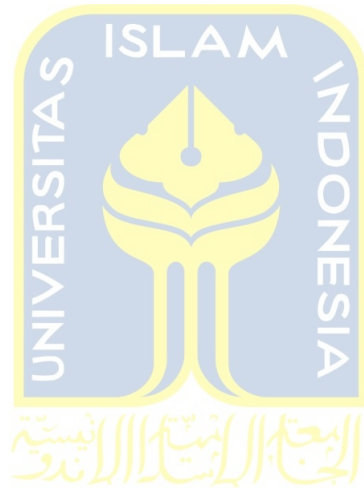
DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal :

- Al Arif, M. N. R. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoretis Praktis*. Pustaka Setia.
- Arikunto, S. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- dalam Afrilianasari, I. W. (2014). *Teori Pengembangan*. Jakarta: Kencana.
- DI MAKASSAR, B. (n.d.). *ANALISIS MANAJEMEN RISIKO PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA*.
- Dwi, S. (2010). *Jasa-jasa Perbankan Syari'ah*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Efendi, R., & Mikhriani, M. (2015). Analisis kondisi bisnis bprs dalam mengangkat pasar industri jasa perbankan. *Jurnal MD*, 1(1).
- Indonesia, R. (2008). Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. *Jakarta (ID)*.
- Karim, Z. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN INVESTASI MUDHARABAH DI BANK SYARIAH. *Al-Qashdu: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 45–56.
- Kasmir, S. E. (2018). *Pemasaran Bang*. Prenada Media.
- Moleong, L. J. (2019). *Moleong. Metode Penelitian Kualitatif*.
- Nizar, M. N. M. (2015). STRATEGI PENGEMBANGAN MARKETING (Studi Kasus di BRPS Adil Makmur Karangploso Malang). *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1).
- No Title*. (n.d.).
- No Title*. (2022).

- Nurastuti, W. (2011). *Teknologi Perbankan*. Graha Ilmu.
- OKT, S. L. 10. (2022). No Titleהכרזת קשה לראות את מה שבאמת לנגד העיניים, 8.5.2017, 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Rivai, A. (2017). Risiko Pembiayaan Murabahah dan Musyarakah pada Profitabilitas Bank Umum Syariah. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 1(2), 189–197.
- Setiawan, I. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) DI JAWA BARAT. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah (AKSY)*, 1(2), 163–194.
- No Titleהכרזת קשה לראות את מה שבאמת לנגד העיניים, 2003 (2022).
- Soemitra, A. (2017). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Prenada Media.
- Sudarsono, H. (2018). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah; deskripsi dan ilustrasi*. Ekonisia FE UII.
- Sukmadinata, N. S. (2020). *Pengembangan kurikulum teori dan praktik*. Rosda.
- Suryanto, D. A., & Ruchiyat, E. (2019). Pengembangan Dan Peningkatan Kinerja Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Daarut Tauhid Dalam Rangka Meningkatkan Kesejahteraan Umat. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 4(1).
- Wajdi, F., & Lubis, S. K. (2021). *Hukum Ekonomi Islam: Edisi Revisi*. Sinar Grafika (Bumi Aksara).
- Widayati, R., & Wahyuni, S. (2019). *Upaya Meningkatkan Minat Untuk Menabung Pada PT. BPR Batang Kapas*.

LAMPIRAN



SURAT IZIN PENELITIAN

Yogyakarta, 21 Januari 2022

Nomor : 72/BDS/S-PMB/I/2022
Lampiran : -
Perihal : Balasan Izin Penelitian

Kepada Ykh :
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta
Prof. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D.
Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Salam sejahtera kami sampaikan, semoga kita selalu dalam keadaan sehat dan mendapat hidayah dari Allah SWT.

Berdasarkan Surat dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta Nomor 772/DEK/10/Div.URT/III/2021, Perihal Pemohonan Penelitian di PT BPRS Barokah Dana Sejahtera, mahasiswa atas nama:

Nama : Ahmad Fauzan
NPM : 17312473
Fakultas/Jurusan : Bisnis dan Ekonomika/Akutansi
Judul : "Analisa Strategi Bisnis BPRS Barokah Dana Sejahtera di Masa Pandemi COVID-19"

Bahwasanya Mahasiswa yang bersangkutan diberikan **Izin Penelitian di PT BPRS Barokah Dana Sejahtera.**

Demikian surat ini kami sampaikan, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Kami

Edi Sunarto
Direktur Utama

"Bersama Menggapai Kesuksesan"

 Jl. Singamangaraja No.71 Yogyakarta  (0274) 383009  0853 2670 7560  info@bprsbds.co.id  www.bprsbds.co.id

Lampiran 1 2

TRANSKRIP WAWANCARA 1

*Keterangan

P = Penulis

N = Narasumber

Nama : Gita desi eka erawati

Jabatan : SPV Funding

Hari/tanggal : 19 september 2022

P : Bagaimana kedudukan SPV Funding dalam divisi marketing?

N : Perannya adalah mengawasi staf marketing dalam pengelolaan nasabah yg sudah ada dan pencarian nasabah serta memastikan staf menjalankan prinsip pembiayaan yang terdiri dari 5C (Character,Capacity,Capital,Collateral, dan Condition)

P : Bagaimana tanggung jawab supervisor funding dalam meningkatkan daya tarik nasabah?

N : Mengadakan kumpul komunitas rekanan bisnis, apa lagi di masa pandemi ini kita tidak dapat bertemu langsung untuk menjaga tetap adanya komunikasi antara rekanan bisnis kita menggunakan media zoom. Kemudian dengan adanya rekanan

bisnis bank tersebut yang menjadikan adanya tambahan rekanan lain agar menambahnya daya tarik nasabah.

P : Dalam melakukan kontrol dan evaluasi kinerja sfat bagaimana?

N : Yaitu dengan penentuan target di awal tahun yaitu rencana asset pendapatan dll nanti di backdor disetiap cabang kemudian di backdorr ke supervisi seterusnya samapai ke staf staf, kemudian memberikan motivasi kepada staf agar kinerja staf tetap terjaga kekonsistenyanya.

P : Bagaimana cara mengukur kinerja para staf dalam meningkatkan daya tarik nasabah?

N : Dari jumlah rekanan nasabah yang di dapatkan, dan melakukan analisa yg di butuhkan nasabah

P : Dalam mencapai tujuan bisnis pastinya diperlukan strategi, jadi Bagaimana strategi yang digunakan dalam funding?

N : Dengan cara menambah rekanan bisnis contohnya kemarin kita bekerjasama dengan asosiasi BMT seluruh Indonesia, di asosiasi BMT seluruh indonesia kita mempromosikan produk unggulan seperti tabungan tiara (tabungan terencana investasi jangka panjang) & tabungan hadiah.

P : Bagaimana mekanisme dalam mengimplementasikan strategi tersebut?

N : Yaitu dari pihak bank mempersiapkan presentasi yang akan di sampaikan kepada rekanan bisnis, agar dapat menetapkan target dan pengukuranya.

P : Dalam penerapan strategi funding dimasa pandemi Covid-19 apakah terdapat kendala atau tidak?

N : Kendalanya yaitu tidak bisa mempresentasikan produk unggulan secara langsung, karena pada dasarnya apabila kita dapat mempresentasikan secara langsung maka kita dapat menjelaskan secara leluasa kemudian kendala selanjutnya Banyaknya aturan birokrasi akibat covid19

P : Menurut bapak/ibu bagaimana untuk mengatasi kendala tersebut?

N : Yaitu dengan cara mempresentasikan melalui media zoom, terkadang dengan penjelasan melalui media zoom saja kurang dapat di pahami kemudian kita mengambil langkah dengan membuat video tentang penjelasan produk produk unggulan milik bank & untuk persyaratan birokrasi akibat masa pandemi covid19 kita memenuhi semua persyaratan birokrasi yg telah di tetapkan.

P : Kalau soal penetapan harga bagaimana ya ?

N : Untuk penetapan harga oleh BPRS BDS terhadap produk saling menguntungkan kedua belah pihak karena perhitunganya menggunakan sistem bagi hasil dan berprinsip syariah

TRANSKRIP WAWANCARA 2

*Keterangan

P = Penulis

N = Narasumber

Nama : Eko Agus Purwanto

Jabatan : Lending Officer BPRS

Hari/tanggal : 19 september 2022

P : Bagaimana strategi bisnis yang diterapkan dalam pembiayaan untuk meningkatkan daya tarik nasabah?

N : Kita ada produk unggulan di strategi bisnis yaitu produk brizing misalnya ada developer itukan ga langsung bisa KPR kita membantu developer memberikan suatu modal untuk membuat persyaratan KPR kan minimal bangunan 80% kemudian developer hanya mempunyai dana beberapa persen saja otomatis membutuhkan dana kalau ke bank umum akhirnya developer larinya ke BPR, biayanya menggunakan tempo atau cashflow kertiks rumsh itu laku menjadi sumber dana pengembalian, Strategi bisnis yang kita gunakan yaitu dengan cara melihat peluang kebutuhan yang ada di ruang lingkup nasabah seperti membuat produk baru atau Mengembangkan produk unggulan dengan menginovasi produk yg lama demi menambah daya tarik nasabah.

P : Bagaimana strategi dalam mengembangkan produk untuk meningkatkan daya tarik nasabah?

N : Dengan menginovasi produk misalnya muraabahah yaitu dengan menginovasi DP nya di turunkan yang umumnya 30% menjadi 25% demi menambah daya tarik nasabah, karena pada dasarnya menambah produk baru itu sulit untuk perizinannya ke OJK kemudian di setuju atau tidaknya oleh kepengurusan seperti BPS, Komisaris dan atas studi layak

P : Bagaimana mekanisme dalam mengimplementasikan strategi tersebut?

N : Mekanismenya yaitu dengan mengadakan rapat bersama staf untuk inovasi ataupun pembuatan produk baru setelah menemukan keputusan kita ajukan kepada Komisaris untuk di tes studi kelayakannya apakah strategi itu layak untuk di jadikan produk bank.

P : Bagaimana peran aktif BPRS Barokah Dana Sejahtera dalam mengembangkan usaha nasabah? N : Dari pihak Account officer kita Memaintance nasabah setelah pembiayaan di cairkan dalam mengembangkan bisnis yg di lakukan, karena paada dasarnya pencapaian target bukan merupakan tujuan utama melainkan kepuasan nasabah yang di utamakan, agar terciptanya kepercayaan antara nasabah dan pihak bank.

P : Bagaimana upaya mengajak nasabah atau calon nasabah untuk menggunakan dana dari BPRS Barokah Dana Sejahtera?

N : Pertama kita kan ada rekomendasi dari rekanan nasabah lama kemudian kita mempunyai SID (sistem informasi debitur) untuk mencari kemudian menilai nasabah, yang kedua dengan cara mempromosikan ke nasabah melalui media sosial ataupun promosi secara langsung, kemudian di analisis untuk mencari tahu apakah nasabah tersebut layak mendapatkan dana dari bprs dengan cara melihat prospek usaha nasabah.

P : Kendalanya seperti apa dalam penerapan strategi pembiayaan untuk meningkatkan daya tarik nasabah?

N : Kendalanya dana yg di berikan bprs tidak sesuai kebutuhan permintaan, misalnya nasabah meminta dana 200.000.000 dana yang sudah di berikan di alokasikan tidak sesuai dengan permintaan “contoh ; 150.000.000 modal kemudian 50.000.000 di alokasikan untuk kendaraan, faktor di atas yang membuat nasabah telat dalam pengembalian dana yang telah di pinjamkan karena dana tidak di alokasikan sepenuhnya untuk modal usaha. Kendala selanjutnya karena Pandemi Covid19 banyaknya nasabah yang telat mengembalikan dana yang di pinjam.

P : Menurut bapak/ibu, bagaimana solusi untuk menangani kendala tadi? N : Skema restrukturisasi yg sudah ada peraturanya di OJK yaitu pemerintah dengan memberikan subsidi margin, jadi nasabah tetap membayar tapi tetep mendapatkan subsidi margin yaitu nasabah membayar pokoknya saja kemudian pemerintah yang marginnya.

TRANSKRIP WAWANCARA 3

*Keterangan

P = Penulis

N = Narasumber

Nama : Eko agus purwanto

Jabatan : SPV Lending

Hari/tanggal : 20 september 2022

P : Bagaimana kedudukan SPV Lending dalam divisi bisnis?

N : Mengawasi kinerja staf dan memberikan arahan kepada staf bank agar staf memahami tugas yang telah di tentukan serta mengelola pelayanan kepada nasabah

P : Cara maintenancenya teman-teman lending itu bagaimana?

N : Menetapkan Target, setiap awal bulan mengadakan rapat terkait perencanaan, seminggu harus mempunyai perencanaan tiga samapai lima untuk ketemu nasabah, dengan memberikan bimbingan kepada staf tentang pekerjaanya, dan mengecek nasabah siapa saja yang sudah jatuh tempo. Menentukan rencana tindak lanjut terhadap nasabah yang kolektibilitasnya kurang bagus.

P : Bagaimana tanggung jawab yang dimiliki oleh seorang supervisor lending dalam meningkatkan daya tarik nasabah?

N : Menjabatani manajer dan karyawan, dan memberikan solusi cermat tanpa melibatkan atasan, misalnya memperkenalkan produk-produk unggulan dari bank kepada staf agar staf bisa menjelaskan produk tersebut kepada nasabah dengan baik.

P : Bagaimana cara untuk mengarahkan staf dalam meningkatkan daya tarik nasabah?

N :Mengadakan rapat mingguan bersama staf kemudian Memberikan bimbingan dalam memeperkenalkan produk unggulan kepada staf agar staf benar benar memahami produk produk yang di rekomendasikan dari bank.

P : Bagaimana cara memotivasi staf-staf tersebut?

N : 1.(dari segi kinerja)membantu mencari nasabah dari staf sebagai cadangan apabila staf tidak menemukan nasabah. Tetapi staf harus melakukan analisa 2.(dari segi personality ibadah keagamaan) yaitu dengan adanya motivasi bahwasanya semua pekerjaan yg kita lakukan itu ibadah, agar termotivasi mendapatkan keberkahan terhadap keluarga, supaya staf tidak lupa moto kerja yang di terapkan bank kepada karyawan.

P : Bagaimana mengontrol dan evaluasi kinerja staf dalam meningkatkan daya tarik nasabah?

N : Yaitu dengan cara melihat Dari jumlah rekanan nasabah yang di dapatkan oleh staf, kemudian apabila staf belum memenuhi target nasabah maka dari pihak SPV

landing memberikan rekomendasi calon nasabah kepada staf agar di analisis supaya pihak bank mengetahui apa yang di butuhkan dari pihak calon nasabah.

P : Langkah awal untuk meningkatkan daya tarik nasabah itu bagaimana?

N : Memberikan pelayanan secara konsisten yang baik agar nasabah tertarik menggunakan produk yg sudah kita presentasikan atau yang sudah di jelaskan.

P : Apakah ada perbedaan sebelum dan saat pandemi terkait daya tarik nasabah terhadap produk BPRS Barokah Dana Sejahtera?

N : Ada, di bank syariah ada transaksi mudhorobah & musyarokah (bagi hasil) yaitu banyaknya nasabah yg meminjam uang di bprs dg akad bagi hasil namun usaha yg dilakukan nasabah mengalami kebangkrutan, yaitu mengalami kendala pendapatan menurun.

P : Apakah ada strategi khusus dalam menghadapi pandemi Covid-19 terhadap daya tarik nasabah? N : Ada, yaitu melakukan promosi lewat media sosial secara intens dengan memasang berbagai iklan agar nasabah tetap mengetahui beberapa produk yang di tawarkan oleh pihak bank, kemudian melalui media aplikasi zoom dengan cara menyebarkan link zoom seminar produk ke nasabah, kemudian mempresentasikan kepada nasabah lama maupun baru terkait produk produk yang di tawarkan.

P : Bagaimana mekanisme dalam mengimplementasikan strategi tersebut?

N : Yaitu membuat iklan iklan di seluruh media sosial agar informasi dapat tersampaikan kepada nasabah, kemudian Meyebarkan link zoom di grup komunitas

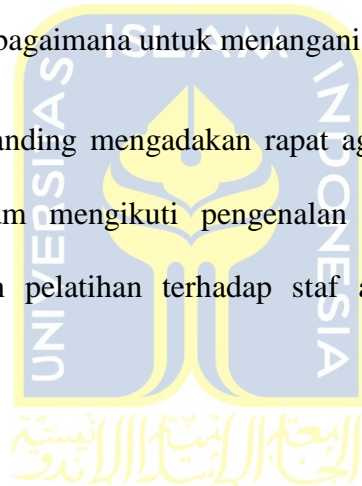
bank untuk mengadakan seminar tentang produk yang akan di tawarkan oleh bank.

P : Apa kendala dalam penerapan strategi bisnis dalam meningkatkan daya tarik Nasabah?

N :Kurangnya antusias nasabah dalam mengikuti pengenalan produk lewat sosial media, kemudian kurang terbiasanya staf dalam menggunakan promosi digital yang telah di rencanakan.

P : Menurut bapak/ibu bagaimana untuk menangani kendala tersebut?

N : Dari pihak SPV landing mengadakan rapat agar menemukan solusi supaya nasabah antusias dalam mengikuti pengenalan produk lewat sosial media, kemudian mengadakan pelatihan terhadap staf agar terbiasa dalam promosi menggunakan digital.



TRANSKRIP WAWANCARA 4

*Keterangan

P = Penulis

N = Narasumber

Nama : Annis marfuah

Jabatan : Manajer Bisnis

Hari/tanggal : 20 september 2022

P : Apa keuntungan yang dimiliki terkait lokasi berdirinya BPRS Barokah Dana Sejahtera?

N : Jadi untuk terkait lokasi bank terletak di jln.sisingamaraja yaitu merupakan tempat yang strategis yang terletak di sisi selatan kota kemudian lokasi di pinggir jalan. mudah di akses tetapi tidak terlalu ramai kemudian lokasi kita termasuk di lokasi dekat dengan destinasi wisata, selain itu lokasi yang berdekatan dengan masjid karena ekonomi syariah tidak boleh meninggalkan nilai dai'yah yang membuat nilai plus.

P : Apa saja sarana dan prasarana yang dimiliki BPRS Barokah Dana Sejahtera?

N : Alhamdulillah kita sudah Mempunyai 2 gedung kantor cabang 1 gedung kantor kas,mempunyai sistem yang sudah bagus, karena sistem yang bagus

membuat bank kita mudah untuk di akses kemudian mempunyai kendaraan untuk memfasilitasi karyawan.

P : Bagaimana pengaruh dari BPRS Barokah Dana Sejahtera terhadap masyarakat?

N : Yang jelas kita mencukupi kebutuhan dalam bentuk modal, dalam bentuk sosial yaitu memberikan bakti sosial yang di lakukan 2 kali dalam setahun, kemudian memberikan akad qordulhasan yaitu pembiayaan tanpa jaminan atau bagi hasil

P : Bagaimana cara mengetahui produk pembiayaan dan pendanaan yang dibutuhkan masyarakat?

N : Biasanya begini kita sudah mempunyai produk kemudian kita melakukan evaluasi terhadap produk apakah produk yang sudah ada laku atau tidak kemudian susah tidak untuk di jalankan kemudia kita melihat produk produk yang lagi ngetren di kalangan masyarakat, misaknnya dari yang kita lihat di bank umum terdapat produk pembiayaan emas kemudian kita pelajari bagaimana skemanya agar kita dapat menerbitkan produk yang sama.

P : Apakah masing-masing produk ada perbedaan strateginya?

N : Iya pasti ada, misalnya seperti perbedaan jangka waktu kemudian sararan produk, sasaran produk ini menyesuaikan produk tersebut akan di berikan.

P : Bagaimana mekanisme dalam mengimplementasikan strategi tersebut?

N : Kita melakukan sosialisasi lewat spanduk kemudian promosi melalui media sosial, selanjutnya kita mempunyai lewat tim marketing yang akan canvasing melakukan pameran untuk iklan iklan produk.

P : Bagaimana cara untuk menentukan keunggulan untuk masing-masing produk?

N : Dengan cara menganalisa produk kita membuat analisa produk setiap enam bulan sampai satu tahun sekali, kira kira apakah produk yang sudah ada ini masi relevan atau tidak untuk di pasarkan, setelah kita mengetahui produk tersebut layak untuk di pasarkan maka kita akan push produk tersebut ketika produk tidak layak maka kita akan close produk tersebut.

P : Kalau upaya untuk meningkatkan kualitas produk itu bagaimana?

N : Mengevaluasi produk dengan cara melakukan trial launching, dari trial launching tersebut kita bisa menilai kualitas produk kita.

P : Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk membedakan dengan bank lainnya?

N : Dengan cara membedakan produk unggulan yang di miliki oleh BPRS Barokah dana sejahtera dengan bank pada umumnya kemudian dengan meningkatkan pelayanan yang kepada nasabah agar nasabah lebih nyaman dan tertarik dengan bank kita. Bahkan ada beberapa nasabah degan berkat pelayanan yang baik dan cepat nasabah tidak lagi melihat harga.

P : Bagaimana cara BPRS Barokah Dana Sejahtera melakukan segmentasi pasar untuk masing-masing produk pendanaan dan pembiayaan?

N : Yang jelas dari pihak Menyesuaikan produk yang akan di berikan.

P : Apakah ada strategi pembiayaan dan pendanaan khusus dalam menghadapi pandemi COVID-19?

N : Jelas Ada, strateginya selama pandemi covid19 selektif terhadap usaha nasabah, untuk usaha yang langsung terdampak pandemi covid19 sementara kita belum berani mendanai usaha milik nasabah tersebut. kemudian kita akan memilih usaha milik nasabah yang potensial selama pandemi covid19 seperti pengadaan sepeda.

P : Bagaimana cara BPRS Barokah Dana Sejahtera untuk menciptakan citra yang baik?

N : Yang jelas dari pihak bank meningkatkan pelayanan, ketepatan waktu dari marketing yang lebih menjanjikan kemudian adanya nilai dai'yah yang selalu di terapkan dari pihak bank.

P : Bagaimana mekanisme penyusunan strategi bisnis?

N : Rbb di susun 1 tahun sekali di ahir bulan desember di tahun itu, tahapanya lapor di seluruh manajemen divisi kemudian evaluasi seluruhnya, kemudian tentukan rencana di tahun selanjutny kemudian di laporkan OJK sesuai aturan dari OJK

P : Apakah ada perbedaan dalam strategi pembiayaan dan pendanaan?

N : Tidak ada, karena pada dasarnya pembiayaan dan pendanaan yaitu memberikan modal atau pinjaman kepada nasabah.

P : Bagaimana mekanisme penerapan untuk pembiayaan dan pendanaan?

N : Diawali oleh marketing (sales) menawarkan produk pembiayaan bprs barokah dana sejahtera, kemudian marketing melakukan analisa terhadap kelayakan calon nasabah, hasil analisa di ajukan ke komite pembiayaan seperti manajer bisnis, direksi. Setelah di nilai apakah sudah layak, setelah dikira layak kemudian tanda tangan akad kemudian perikatan notaris selanjutnya baru pencairan dana.

P : Pada masa pandemi, produk pembiayaan dan pendanaan apa yang paling banyak digunakan dan paling sedikit peminatnya?

N : Di masa pandemi covid19 Paling banyak adalah produk pembiayaan sirkah, yaitu modal kerja soalnya di masa pandemi ada jenis usaha yang ketika di suntikan dana akan berkembang ada yang d berikan dana tapi tetap tidak berkembang, kemudian pendanaan yang paling sedikit di minati adalah pembiayaan sekolah karena di masa pandemi covid19 sekolah di lakukan secara online.

P : Dalam meningkatkan daya tarik Nasabah selama masa pandemi Covid-19 terdapat kendala?

N : Kita mempunyai kendala seperti banyaknya nasabah yang sudah tidak layak mendapatkan suntikan dana, karena selama pandemi kita menganalisa ada banyak usaha yang tidak layak untuk mendapatkan suntikan dana.

P : Menurut bapak/ibu, bagaimana untuk mengatasi kendala itu?

N : Dengan adanya kendala di atas kita mengkomunikasikan dengan baik agar tidak terjadinya salah paham antara nasabah dan bank.

P : Produk penghimpun dana di BPRS barokah dana sejahtera apa saja ya ?

N : Tabungan berhadiah IB BDS, Tabungan haji IB BDS, Tabungan investasi IB BDS, Tabungan Qurma IB BDS, Tabungan sekolah IB BDS, Tabungan tiara IB BDS, Tabungan titipan IB BDS, Tabungan Ukhuwah IB BDS

P : Kalau produk pembiayaan di BPRS BDS apa saja ya?

N : Bermitra IB BDS, Jual beli IB BDS, Multi jasa IB BDS, Sewa IB BDS



TRANSKIP WAWANCARA 5

*Keterangan

P = Penulis

N = Narasumber

Nama : Gita desi eka erawati

Jabatan :Funding Officer BPRS

Hari/tanggal : 19 september 2022

P : Bagaimana langkah awal untuk mengetahui produk yang dibutuhkan nasabah?

N : Melihat timing dalam setahun bank mempunyai perencanaan Dengan melakukan survey apa saja yg sedang di butuhkan nasabah, salah satu hasil survey yg menjadi produk unggulan tersebut yaitu tabungan berhadiah, tabungan berhadiah adalah bagi hasil yang di terima di depan dengan sistem pengendapan beberapa tahun kedepan dan mengembalika sesuai persenan yang telah di tentukan.

P : Bagaimana strategi yang digunakan untuk mengembangkan produk yang dibutuhkan nasabah dalam meningkatkan daya tarik?

N : Mengadakan promosi gencar gencaran melalui media sosial, memasang spanduk promosi, kemudian mengadakan sosialisai produk ke calon nasabah secara langsung misalnnnya ke sekolah islam untuk anaknya di daftarkan haji dg membuat

tabungan haji atau berbentuk pembiayaan, kemudian dengan digitalisasi seperti M-Banking kemudian pembiayaan tidak harus datang ke bank yaitu melalui aplikasi yang telah di buat bank.

P : Boleh dicontohkan pengembangan produknya?

N : Pembuatan mobile banking ke hp android

P : Cara menentukan produk supaya dapat bersaing dengan kompetitor itu bagaimana?

N : Yaitu dengan cara melihat perkembangan kebutuhan yang ada dalam ruang lingkup calon nasabah, karena setiap tahunnya kebutuhan selalu berbeda setiap tahunnya, maka dari itu dari pihak bank yang selalu di tingkatkan adalah pelayanan kepada nasabah karena semua produk sendiri sama dengan BPRS umumnya.

P : Apakah ada strategi dalam memasarkan produk untuk meningkatkan daya tarik nasabah?

N : Ada, Yaitu dengan melihat peluang yg ada di tengah kalangan masyarakat.

P : Bagaimana mekanisme dalam mengimplementasikan strategi tersebut?

N : Mekanismenya yaitu dengan cara merealisasikan strategi dengan cara survey kebutuhan nasabah kemudian menilai apakah produk yang dibutuhkan nasabah relevan untuk di jadikan produk unggulan di bank.

P : Bagaimana cara untuk menjaga loyalitas nasabah?

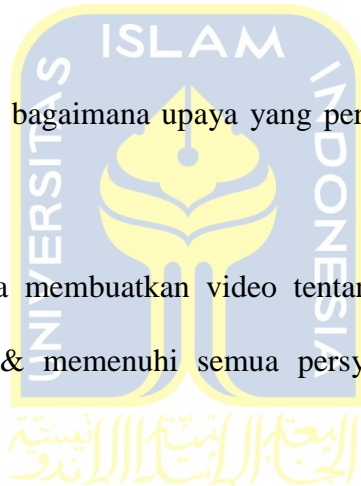
N : Memaintance nasabah dengan cara meningkatkan pelayanan, menjaga hubungan baik dengan nasabah kemudian memberikan penawaran produk terbaik bank agar nasabah selalu tertarik bertransaksi dengan bank kita.

P : Apa kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi bisnis untuk meningkatkan daya tarik nasabah?

N : Kendalanya yaitu tidak bisa mempresentasikan produk unggulan secara langsung. Banyaknya birokrasi yg harus di penuhi dan banyaknya aturan protokol kesehatan covid19.

P : Menurut bapak/ibu, bagaimana upaya yang perlu dilakukan untuk mengatasi kendala itu?

N : Yaitu dengan cara membuatkan video tentang penjelasan produk produk unggulan milik bank & memenuhi semua persyaratan birokrasi yg telah di tetapkan



TRANSKRIP WAWANCARA 6

*Keterangan

P = Penulis

N = Narasumber

Nama : Anjir masrukhan zakaria

Jabatan : Manajer Operasional

Hari/tanggal : 21 september 2022

P : Bagaimana strategi bisnsi yang diterapkan BPRS Barokah Dana Sejahtera?

N: Ya strateginya dari kita mengikuti arahan dari regulasi terutama dari sisi pembiayaan ada relaxsasi covid 19 yaitu kebijakan khusus dari bprs yaitu dengan menyesuaikan kemampuan nasabah dalam pengembalian uang agar mendapatkan keringanan

P : Mekanisme strategi untuk operasional bagaimana?

N : Meknismenya yaitu menggunakan account officer disosialisasikan ke marketing kemudian di sosialisasikan langsung ke debitur kemudian nasabah di himbau secara langsung agar langsung memahami kebijakan yang sudah ada dari bank.

P : Bagaimana cara untuk menyampaikan informasi pada staf apabila terjadi perubahan prosedur?

N : Dari pihak bank sendiri Menggunakan digital library yang menyediakan konten SOP yang berjalan dan semua kebijakan baru yang di terapkan, agar

seluruh pegawai bank bisa mengakses dan tidak tertinggal informasi atas kebijakan baru yang telah ditetapkan.

P : Bagaimana koordinasi yang dilakukan agar kegiatan operasional berjalan efektif dan efisien?

N : Selama masa pandemi kemarin kita mulai membiasakan dengan Menggunakan meeting online dan melaksanakan work from home, dan adanya digitalisasi prosedur melalui online.

P : Untuk mekanisme pengawasan dalam kegiatan operasional bagaimana?

N : Kita melakukan Pemantauan lewat KPI (keep performan indikator) karena setiap staf mempunyai standar kerja masing masing dengan adanya KPI lebih mudah mengukur kinerja masing masing karyawan.

P : Bagaimana untuk pengembangan kegiatan operasional?

N : Pengembangannya kita Meneruskan kebijakan digitalisasi akan perbanyak seperti penggunaan mobile banking untuk nasabah, tapi sementara masih kita proses untuk launching, kalau untuk kebijakan internal kita masih tetap menggunakan online menggunakan formulir internal.

P : Kalau strategi untuk mengatur efisiensi biaya operasional itu bagaimana?

N : Dari kita Menggunakan anggaran perbulan yang sudah di tentukan digunakan semaksimal mungkin agar tidak melebihi anggaran. Karena semua anggaran sudah kita tentukan dan arahan dari RBB pertahunnya.

P : Kalau terjadi peningkatan biaya operasional, bagaimana langkah yang diambil?

N : Yang jelas kita perjelas dulu pembengkakan terjadi di biaya variable atau biaya cost, apa bila dari cost maka kita cek terlebih dahulu apakah kebutuhan benar benar penting atau tidak apabila tidak terlalu penting maka kita akan stop, apa bila dari biaya variable kita akan memotong ke biaya yang lebih rendah, apabila tidak dapat di substitusi maka kita akan lebih efisien dalam penggunaannya, kemudian Pengurangan porsi pada anggaran pada bulan selanjutnya dengan menekankan pengurangan dalam pengeluaran anggaran.

P : Untuk menilai kinerja dan memberikan umpan balik pada staf itu bagaimana?

N : Masih sama kita menggunakan pengecekan KPI (keep performan indikator) perbulanya, agar dapat mengetahui kinerja staf dalam satu bulan terakhir apakah kinerja karyawan mengalami penurunan atau peningkatan bisa ketahui.

P : Bagaimana observasi yang dilakukan untuk melihat kinerja staf?

N : Melihat dari hasil survey KPI dan mengotorisasi atau menyetujui atau menolak apakah kinerja yang telah di isi dalam KPI sudah sesuai perintah.

P : Untuk meningkatkan kinerja staf bagaimana?

N : Dari kita sendiri melakukan Follow up di pelatihan sesuai tugas yang di berikan, di dalam KPI terhadap pengetahuan produk, penguasaan kinerja, apabila yang kurang dari pengetahuan produk kita akan lebih meningkatkan pelatihan dan pengenalan produk ketika yang kurang dari perilaku seperti ahlaknya kita akan meningkatkan religiusitas kinerja staf.

P : Cara dalam mengelola penugasan kerja dan alokasi staf bagaimana?

N : Dari yang sudah ada dari struktur kemudian Mengevaluasi struktur untuk penugasan, dan menganalisa stuktur apakah perlu menambah struktur dalam bidang baru.

P : Bagaimana dampak finansial pada aktivitas operasional perusahaan?

N : Selama pandemi dari bank mengalami penurunan Pendapatan di karenakan turunya angsuran dari nasabah, atau pun banyaknya nasabah yang memohon untuk relaxsasi.

P : Kalau dampak pada aktivitas operasional bagaimana?

N : Selama pandemi pasti untuk keefektifan sangat berkurang karena Kurangnya karyawan dalam membiasakan diri melakukan meeting secara online kemudian melakukan work from home.

P : Kendala dalam penerapan strategi operasional bagaimana?

N : Kita mempunyai Kendala yaitu Nasabah kurang antusias terhadap pengenalan product melalui sosial media, karna biasanya pengenalan product dilakukan secara langsung. Namun semenjak pandemic, semua harus serba online.

TRANSKRIP WAWANCARA 7

*Keterangan

P = Penulis

N = Narasumber

Nama : Eko agus purwanto

Jabatan : SPV Lending

Hari/tanggal : 10 Oktober 2022

P : Prodak penghimpun dana di BPRS barokah dana sejahtera apa saja ya ?

N : Tabungan berhadiah IB BDS, Tabungan haji IB BDS, Tabungan investasi IB BDS, Tabungan Qurma IB BDS, Tabungan sekolah IB BDS, Tabungan tiara IB BDS, Tabungan titipan IB BDS.

P : kalau untuk produk tabungan berhadiah IB BDS sendiri itu apa ?

N : Tabungan Berhadiah iB BDS merupakan produk tabungan dimana nasabah mendapatkan hadiah sesuai keinginan nasabah tanpa diundi. Hadiah dapat berupa kendaraan, paket wisata, peralatan rumah tangga, emas, umroh ataupun barang lainnya yang tidak melanggar syariat. Selain hadiah, setiap bulannya tabungan berhadiah juga mendapat apresiasi berupa bonus.

P : Layanan apa saja yang di dapatkan oleh nasabah ?

N : Yang pertama yaitu nasabah mendapatkan hadiah langsung diawal pembukaan tabungan, bebas biaya administrasi bulanan mendapatkan bonus tabungan

bulanan, dijamin oleh LPS, insya Allah bebas dari riba kemudian yang terahir Rekening terblokir sesuai masa tabungan.

P : Kemudian untuk Tabungan investasi IB BDS itu apa ya ?

N : Tabungan Investasi iB BDS merupakan produk yang didasarkan pada prinsip Mudharabah (bagi-hasil) dan diperuntukan bagi nasabah yang menginginkan dananya diinvestasikan dengan bagi hasil yang lebih kompetitif.

P : Layanan apa saja yang di dapatkan oleh nasabah ?

N : Bebas biaya administrasi bulanan, Nisbah 25%, Souvenir menarik, Dijamin oleh LPS Insya Allah bebas dari riba, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari

P : Untuk Tabungan Qurma IB BDS itu apa ?

N : Tabungan QURMA iB BDS merupakan produk tabungan guna membantu nasabah dalam mewujudkan niat untuk ibadah Qurban, Walimatul Ursy (Pernikahan), ataupun Aqiqah. Rencanakan dari sekarang, dengan persiapan lebih awal akan ringan dan mudah.

P : Layanan apa saja yang di dapatkan nasabah ?

N : Bebas biaya administrasi bulanan, Bonus tabungan yang kompetitif, Dijamin oleh LPS, Insya Allah bebas dari riba, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari.

P : Apa yang di maksud tabungan sekolah IB BDS ?

N : Tabungan Sekolah iB BDS merupakan produk tabungan guna mempersiapkan masa depan pendidikan putra putri anda dengan lebih pasti dan aman. Rencanakan sesuai dengan keinginan. Tabungan Sekolah memberi kemudahan dalam hal transaksi dan dapat disetor setiap pagi.

P : Layanan apa saja yang di dapatkan nasabah?

N : Bebas biaya administrasi bulanan, Nisbah 27%, Perencanaan sekolah, Dijamin oleh LPS, Insya Allah bebas dari riba, Diambil untuk keperluan sekolah, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari.

P : Apa itu tabungan tiara IB BDS ?

N : Tabungan TIARA merupakan tabungan dengan setoran rutin tiap bulan dengan jangka waktu minimal 2 tahun. Bagi hasil yang diberikan kepada nasabah setara dengan bagi hasil deposito 3 bulan, dengan nisbah 47% untuk nasabah dan 53% untuk bank.

P : Layanan apa saja yang di dapatkan nasabah ?

N : Berdasarkan prinsip syariah *Wadiah*., Bagi hasil setara Deposito 3 bulan, Bebas biaya administrasi bulanan, Souvenir menarik untuk setiap pembukaan rekening, Jangka waktu penempatan 2 tahun, Dijamin oleh LPS.

P : Apa itu tabungan titipan IB BDS

N : Tabungan Titipan iB BDS merupakan produk tabungan yang menggunakan prinsip Wadi'ah (titipan) dengan apresiasi berupa bonus setiap bulannya. Tabungan dapat ditarik dan disetor sewaktu-waktu. Hanya dengan Rp 10.000,- nasabah dapat memiliki rekening tabungan titipan iB BDS.

P : Layanan apa saja yang di dapatkan nasabah ?

N : Bebas biaya administrasi bulanan, Bonus tabungan yang kompetitif, Dijamin oleh LPS, Insyaallah bebas dari riba, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari

P : Apa itu tabungan haji IB BDS ?

N : Tabungan Haji iB BDS merupakan produk tabungan guna membantu merealisasikan niat anda melaksanakan ibadah haji. Nasabah dapat menabung setiap saat sampai dana mencukupi untuk ongkos naik haji dengan sistem bagi hasil yang kompetitif.

P : Layanan apa saja yang di dapatkan nasabah ?

N : Bebas biaya administrasi bulanan, Nisbah 27%, Perencanaan ibadah haji, Dijamin oleh LPS, Insya Allah bebas dari riba, Diambil untuk keperluan haji, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari.

P : Kalau produk pembiayaan di BPRS BDS apa saja ya ?

N : Bermitra IB BDS, Jual beli IB BDS, Multi jasa IB BDS, Sewa IB BDS.

P : Apa yang di maksud pembiayaan bermitra IB BDS ?

N : Penyediaan dana untuk kerja sama usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan porsi dana masing-masing.

P : Apa maksud dari pembiayaan jual beli IB BDS ?

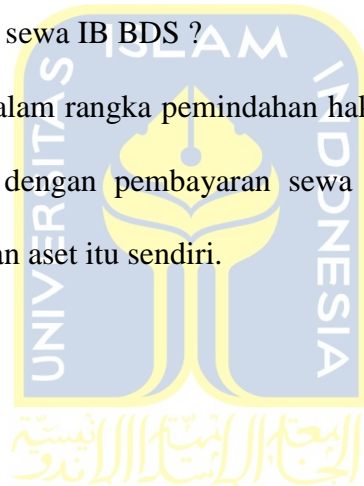
N : Penyediaan dana untuk transaksi jual beli barang sebesar harga pokok ditambah margin berdasarkan persetujuan atau kesepakatan Bank dengan nasabah yang mewajibkan nasabah untuk melunasi hutang/kewajibannya. Bank bertindak sebagai penyedia dana dalam rangka membelikan barang dan nasabah sebagai pihak pembeli barang

P : Apa yang di maksud pembiayaan multi jasa IB BDS ?

N : Penyediaan dana dalam rangka pemindahan manfaat atas jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujrah/fee).

P : Apa itu pembiayaan sewa IB BDS ?

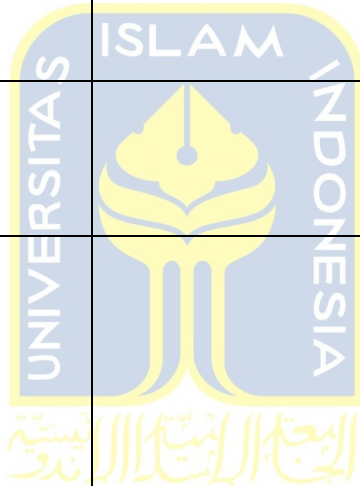
N : Penyediaan dana dalam rangka pemindahan hak guna/manfaat atas suatu aset dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujrah) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan aset itu sendiri.

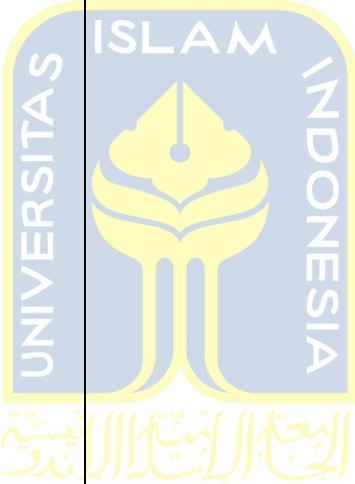


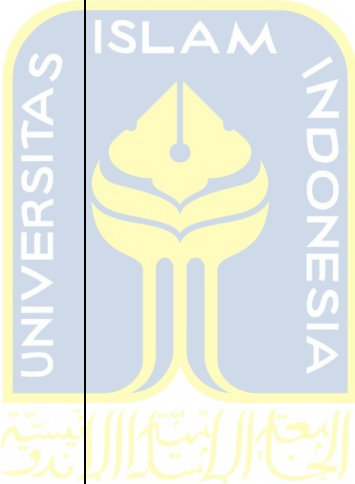
LAMPIRAN 9 FRAMEWORK MATRIX PERUMUSAN MASALAH 1

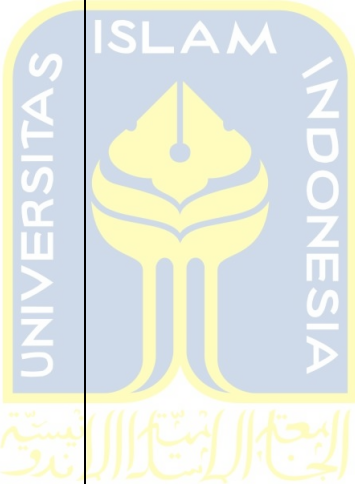
	A: A. Strategi dalam meningkatkan daya tarik nasabah	B: 1. Production	C: a. Product penghimpunan dana
1. Wawancara_Gita_21 September 2022			
2. Wawancara_Eko_19 September 2022		<p>Kita ada produk unggulan di strategi bisnis yaitu produk brizing misalnya ada developer itukan ga langsung bisa KPR kita membantu developer memberikan suatu modal untuk membuat persyaratan KPR kan minimal bangunan 80% kemudian developer hanya mempunyai dana beberapa persen saja otomatis membutuhkan dana kalau ke bank umum ahirnya developer larinya ke BPR, biayanya menggunakan tempo atau cashflow kertiks rumsh itu laku menjadi sumber dana pengembalian, Strategi bisnis yang kita gunakan yaitu dengan cara melihat peluang kebutuhan yang ada di ruang lingkup nasabah seperti membuat produk baru atau Mengembangkan produk unggulan dengan menginovasi produk yg lama demi menambah daya tarik nasabah.</p>	
3. Wawancara_Annis_20 September 2022			<p>Tabungan berhadiah IB BDS, Tabungan haji IB BDS, Tabungan investasi IB BDS, Tabungan Qurma IB BDS, Tabungan sekolah IB BDS, Tabungan tiara IB BDS, Tabungan titipan IB BDS, Tabungan Ukhuwah IB BDS</p>

4. Wawancara_Gita_20 September 2022			
5. Wawancara_Eko_20 September 2022			
6. Wawancara_Anjir_21 September 2022			
7. Wawancara_Eko_10 Oktober 2022			<p>Tabungan berhadiah IB BDS, Tabungan haji IB BDS, Tabungan investasi IB BDS, Tabungan Qurma IB BDS, Tabungan sekolah IB BDS, Tabungan tiara IB BDS, Tabungan titipan IB BDS</p> <p>Tabungan Berhadiah iB BDS merupakan produk tabungan dimana nasabah mendapatkan hadiah sesuai keinginan nasabah tanpa diundi. Hadiah dapat berupa kendaraan, paket wisata, peralatan rumah tangga, emas, umroh ataupun barang lainnya yang tidak melanggar syariat. Selain hadiah, setiap</p>

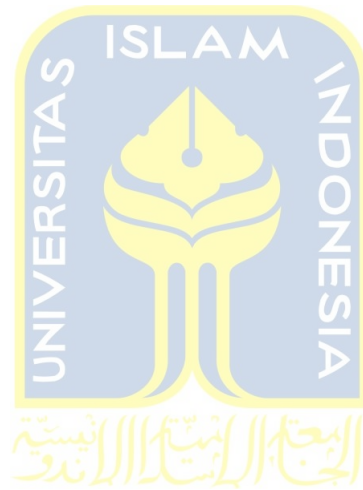


			<p>bulannya tabungan berhadiah juga mendapat apresiasi berupa bonus.</p> <p>Yang pertama yaitu nasabah mendapatkan hadiah langsung diawal pembukaan tabungan, bebas biaya administrasi bulanan mendapatkan bonus tabungan bulanan, dijamin oleh LPS, insya Allah bebas dari riba kemudian yang terahir Rekening terblokir sesuai masa tabungan.</p> <p>Tabungan Investasi iB BDS merupakan produk yang didasarkan pada prinsip Mudharabah (bagi-hasil) dan diperuntukan bagi nasabah yang menginginkan dananya diinvestasikan dengan bagi hasil yang lebih kompetitif.</p> <p>Bebas biaya administrasi bulanan, Nisbah 25%, Souvenir menarik, Dijamin oleh LPS</p> <p>Insya Allah bebas dari riba, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari</p> <p>Tabungan QURMA iB BDS merupakan produk tabungan guna membantu nasabah dalam mewujudkan niat untuk ibadah Qurban, Walimatul Ursy (Pernikahan), ataupun Aqiqah. Rencanakan dari sekarang, dengan</p>
--	--	---	--

			<p>persiapan lebih awal akan ringan dan mudah.</p> <p>Bebas biaya administrasi bulanan, Bonus tabungan yang kompetitif, Dijamin oleh LPS, Insya Allah bebas dari riba, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari.</p> <p>Tabungan Sekolah iB BDS merupakan produk tabungan guna mempersiapkan masa depan pendidikan putra putri anda dengan lebih pasti dan aman. Rencanakan sesuai dengan keinginan. Tabungan Sekolah memberi kemudahan dalam hal transaksi dan dapat disetor setiap pagi.</p> <p>Bebas biaya administrasi bulanan, Nisbah 27%, Perencanaan sekolah, Dijamin oleh LPS, Insya Allah bebas dari riba, Diambil untuk keperluan sekolah, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari.</p> <p>Tabungan TIARA merupakan tabungan dengan setoran rutin tiap bulan dengan jangka waktu minimal 2 tahun. Bagi hasil yang diberikan kepada nasabah setara dengan bagi hasil deposito 3 bulan, dengan nisbah 47% untuk nasabah dan 53%</p>
--	--	---	--


			<p>untuk bank.</p> <p>Berdasarkan prinsip syariah <i>Wadi'ah</i>., Bagi hasil setara Deposito 3 bulan, Bebas biaya administrasi bulanan, Souvenir menarik untuk setiap pembukaan rekening, Jangka waktu penempatan 2 tahun, Dijamin oleh LPS.</p> <p>Tabungan Titipan iB BDS merupakan produk tabungan yang menggunakan prinsip Wadi'ah (titipan) dengan apresiasi berupa bonus setiap bulannya. Tabungan dapat ditarik dan disetor sewaktu-waktu. Hanya dengan Rp 10.000,- nasabah dapat memiliki rekening tabungan titipan iB BDS.</p> <p>Bebas biaya administrasi bulanan, Bonus tabungan yang kompetitif, Dijamin oleh LPS, Inshaallah bebas dari riba, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari</p> <p>abungan Haji iB BDS merupakan produk tabungan guna membantu merealisasikan niat anda melaksanakan ibadah haji. Nasabah dapat menabung setiap saat sampai dana mencukupi untuk ongkos naik haji dengan sistem bagi hasil yang kompetitif</p>
--	--	---	--

			Bebas biaya administrasi bulanan, Nisbah 27%, Perencanaan ibadah haji, Dijamin oleh LPS, Insya Allah bebas dari riba, Diambil untuk keperluan haji, Transaksi buku tabungan akan direkap selama 90 hari.
--	--	--	--



LAMPIRAN 10 FRAMEWORK MATRIX PERUMUSAN MASALAH 1

	D: b. Product pembiayaan	E. 2. Price	F. 3. Place
1. Wawancara_Gita_19 September 2022		penetapan harga oleh BPRS BDS terhadap produk saling menguntungkan kedua belah pihak karena perhitungannya menggunakan sistem bagi hasil dan berprinsip syariah	
2. Wawancara_Eko_19 September 2022			
3. Wawancara_Annis_20 September 2022	Bermitra IB BDS, Jual beli IB BDS, Multi jasa IB BDS, Sewa IB BDS		terkait lokasi lokasi bank terletak di jln.sisingamaraja yaitu merupakan tempat yang strategis yang terletak di sisi selatan kota kemudian lokasi di pinggir jalan. mudah di akses tetapi tidak terlalu ramai kemudian lokasi kita termasuk di lokasi dekat dengan destinasi wisata, selain itu lokasi yang berdekatan dengan masjid karena ekonomi syariah tidak boleh meninggalkan nilai dai'yah yang membuat nilai plus.
4. Wawancara_Gita_20 September 2022			
5. Wawancara_Eko_20 September 2022			
6.			

Wawancara_Anjir_21 September 2022			
7. Wawancara_Eko_10 Oktober 2022	<p>Bermitra IB BDS, Jual beli IB BDS, Multi jasa IB BDS, Sewa IB BDS.</p> <p>Penyediaan dana untuk kerja sama usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan porsi dana masing-masing</p> <p>Penyediaan dana untuk transaksi jual beli barang sebesar harga pokok ditambah margin berdasarkan persetujuan atau kesepakatan Bank dengan nasabah yang mewajibkan nasabah untuk melunasi hutang/kewajibannya. Bank bertindak sebagai penyedia dana dalam rangka membelikan barang dan nasabah sebagai pihak pembeli barang</p> <p>Penyediaan dana dalam rangka pemindahan manfaat atas jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujrah/fee)</p>		

LAMPIRAN 11 FRAMEWORK MATRIX PERUMUSAN MASALAH 1

	G. Promotion	H: B. Implementasi	I: 1. Inovasi product
1. Wawancara_Gita_19 September 2022			
2. Wawancara_Eko_19 September 2022			
3. Wawancara_Annis_20 September 2022			
4. Wawancara_Gita_20 September 2022	Mengadakan promosi gencar gencaran melalui media sosial, memasang spanduk promosi		Pembuatan mobile banking ke hp android
5. Wawancara_Eko_20 September 2022			
6.			Pengembangannya kita Meneruskan kebijakan digitalisasi akan perbanyak seperti penggunaan

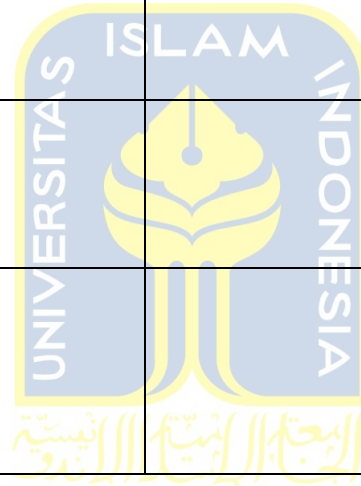
Wawancara_Anjir_21 September 2022			mobile banking untuk nasabah, tapi sementara masih kita proses untuk launching
7. Wawancara_Eko_10 Oktober 2022			



LAMPIRAN 12 FRAMEWORK MATRIX PERUMUSAN MASALAH 1

	J: 2. Harga menggunakan sistem bagi hasil dan berprinsip syariah	K: 3. Lokasi usaha strategis	L: 4. Menganalisis dan survey produk yang dibutuhkan nasabah
1. Wawancara_Gita_19 September 2022	penetapan harga oleh BPRS BDS terhadap produk saling menguntungkan kedua belah pihak karena perhitungannya menggunakan sistem bagi hasil dan berprinsip syariah		
2. Wawancara_Eko_19 September 2022			
3. Wawancara_Annis_20 September 2022		terkait lokasi lokasi bank terletak di jln.sisingamaraja yaitu merupakan tempat yang strategis yang terletak di sisi selatan kota kemudian lokasi di pinggir jalan. mudah di akses tetapi tidak terlalu ramai kemudian lokasi kita termasuk di lokasi dekat dengan destinasi wisata, selain itu lokasi yang berdekatan dengan masjid karena ekonomi syariah tidak boleh meninggalkan nilai dai'yah yang membuat nilai plus.	Menyesuaikan produk yang akan di berikan
4. Wawancara_Gita_20 September 2022			Melihat timing dalam setahun bank mempunyai perencanaan Dengan melakukan survey apa saja yg sedang di butuhkan nasabah, salah satu hasil survey yg menjadi produk

			unggulan tersebut yaitu tabungan berhadiah, tabung berhadiah adalah bagi hasil yang di terima di depan dengan sistem pengendapan beberapa tahun kedepan dan mengembalika sesuai persenan yang telah di tentukan.
5. Wawancara_Eko_20 September 2022			
6. Wawancara_Anjir_21 September 2022			menyesuaikan kemampuan nasabah dalam pengembalian uang agar mendapatkan keringanan
7. Wawancara_Eko_10 Oktober 2022			



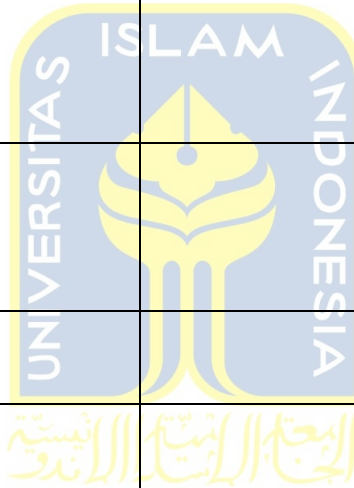
LAMPIRAN 13 FRAMEWORK MATRIX PERUMUSAN MASALAH 1

	M: 4. Kerjasama dengan BMT	N:5. Penawaran ke nasabah melalui sosial media	
1. Wawancara_Gita_19 September 2022	Dengan cara menambah rekanan bisnis contohnya kemarin kita bekerjasama dengan asosiasi BMT seluruh Indonesia, di asosiasi BMT seluruh Indonesia kita mempromosikan produk unggulan seperti tabungan tiara (tabungan terencana investasi jangka panjang) & tabungan hadiah.	Mengadakan kumpul komunitas rekanan bisnis, apa lagi di masa pandemi ini kita tidak dapat bertemu langsung untuk menjaga tetap adanya komunikasi antara rekanan bisnis kita menggunakan media zoom	
2. Wawancara_Eko_19 September 2022			
3. Wawancara_Annis_20 September 2022		sosialisasi lewat spanduk kemudian promosi melalui media sosial, selanjutnya kita mempunyai lewat tim marketing yang akan canvassing melakukan pameran untuk iklan produk.	
4. Wawancara_Gita_20 September 2022		Mengadakan promosi gencar gencaran melalui media sosial, memasang spanduk promosi, kemudian mengadakan sosialisai produk ke calon nasabah secara langsung misalnya ke sekolah islam untuk anaknya di daftarkan haji dg membuat tabungan haji atau berbentuk pembiayaan, kemudian dengan digitalisasi seperti M-Banking kemudian pembiayaan tidak harus datang ke bank yaitu melalui	

		aplikasi yang telah di buat bank.	
5. Wawancara_Eko_20 September 2022		melakukan promosi lewat media sosial secara intens dengan memasang berbagai iklan agar nasabah tetap mengetahui beberapa produk yang di tawarkan oleh pihak bank, kemudian melalui media aplikasi zoom dengan cara menyebarkan link zoom seminar produk ke nasabah, kemudian mempresentasikan kepada nasabah lama maupun baru terkait produk produk yang di tawarkan.	
6. Wawancara_Anjir_21 September 2022		membuat iklan iklan di seluruh media sosial agar informasi dapat tersampaikan kepada nasabah, kemudian Meyebarkan link zoom di grup komunitas bank untuk mengadakan seminar tentang produk yang akan di tawarkan oleh bank.	
7. Wawancara_Eko_10 Oktober 2022			

LAMPIRAN 14 FRAMEWORK MATRIX PERUMUSAN MASALAH 2

	A: B. Kendala	B: Kurangnya antusias nasabah terhadap pengenalan product melalui social media	
1. Wawancara_Gita_19 September 2022			
2. Wawancara_Eko_19 September 2022			
3. Wawancara_Annis_20 September 2022			
4. Wawancara_Gita_20 September 2022			
5. Wawancara_Eko_20 September 2022			
6. Wawancara_Anjir_21 September		Nasabah kurang antusias terhadap pengenalan product melalui sosial media, karna biasanya pengenalan product dilakukan secara langsung. Namun semenjak pandemic, semua harus serba online.	



2022			
7. Wawancara_Eko_10 Oktober 2022			

