

SKRIPSI

STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN DI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS

Oleh:

**IIS NAINI RAHMAWATI
NPM. 1502100060**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M**

**STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH TABUNGAN DI PT BPRS MITRA AGRO USAHA
BANDAR LAMPUNG DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN BISNIS**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

IIS NAINI RAHMAWATI
NPM. 1502100060

Pembimbing I : Drs. H. M. Saleh, M.A
Pembimbing II : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqsyahkan
Saudara Iis Naini Rahmawati**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **IIS NAINI RAHMAWATI**
NPM : 1502100060
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH TABUNGAN DI PT BPRS MITRA AGRO USAHA
BANDAR LAMPUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
BISNIS**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqsyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Juni 2021

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Drs. H. M. Saleh, M.A.
NIP. 19650111 199303 1 001



Zumaroh, S.E.I., M.E.Sv.
NIP. 19790422 200604 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN DI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS**

Nama : **IIS NAINI RAHMAWATI**

NPM : 1502100060

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Juni 2021

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Drs. H. M. Saleh, M.A
NIP. 19650111 199303 1 001



Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2196/in.28-3/D/PP.00.09/07/2021

Skripsi dengan Judul “STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN DI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS”,
Disusun oleh IIS NAINI RAHMAWATI, NPM. 1502100060, Jurusan : S1 Perbankan Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal Kamis, 24 Juni 2021.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Drs. H. M. Saleh, M.A

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Penguji II : Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy

Sekretaris : Hotman, M.E.Sy



Official stamps and handwritten signatures of the examiners: Drs. H. M. Saleh, M.A; Rina El Maza, S.H.I., M.S.I; Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy; and Hotman, M.E.Sy.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Official stamp of the Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Metro, and the signature of the Dean, Dr. Mat Jalil, M.Hum.

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN DI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS

Oleh
IIS NAINI RAHMAWATI

Perkembangan bank-bank syariah sekarang ini mengalami kendala karena bank-bank syariah hadir di tengah-tengah perkembangan dan praktek-praktek perbankan konvensional di daerah Bandar Lampung. Salah satu Bank yang operasionalnya berdasarkan prinsip syariah adalah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yang tidak mau kalah dari lembaga keuangan syariah lainnya dalam hal pengembangan produk. Ketatnya persaingan saat ini membuat bank MAU harus mampu menciptakan produk-produk yang tepat dengan ukuran sederhana (mudah dalam pemasaran, pengelolaan, maupun penerapan sesuai dengan prinsip syariah). Salah satu cara yang dilakukan Bank MAU dalam mengembangkan produk-produk yang dimiliki adalah mengembangkan produk-produk yang sudah ada, seperti pada produk titipan/tabungan wadiah dan roduk mudharabah. Ini menimbulkan persaingan antar lembaga keuangan syariah maupun non syariah semakin tinggi, karena sekarang ini banyak perbankan yang berkembang dalam bisnisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam memasarkan tabungan wadiah dan mudharabah untuk memenangkan persaingan bisnis. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan sifat penelitiannya bersifat deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis yang dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan melakukan pelayanan prima atau *service excellent* kepada semua nasabah; memperluas target pasar dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dengan memperluas pangsa pasar yang sebelumnya hanya melakukan jemput bola di pasar tugu dan bintang saat ini semakin diperluas ke pasar-pasar yang lain, membangun *relationship* atau relasi, dan *networking*. Akan tetapi belum semua strategi diterapkan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung karena masih banyak nasabah narasumber yang belum mengetahui produk yang mereka gunakan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : IIS NAINI RAHMAWATI

NPM : 1502100060

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juni 2021
Yang Menyatakan,



Iis Naini Rahmawati
NPM. 1502100060

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ عَلَى اللَّهِ إِنْ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S. Ali-Imran: 159)

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Ismail dan Ibunda Suminah yang sangat peneliti sayangi, yang tanpa kenal lelah memberikan kasih sayang, mendo'akan, motivasi serta dukungan demi keberhasilan penulis.
2. Kakakku tercinta Darmawan Adi Saputra yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk keberhasilan peneliti.
3. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, selaku Rektor IAIN Metro,
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dliyaul Haq, M.E.I, selaku ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Bapak Drs. H.M. Saleh, MA, selaku Pembimbing I pada penelitian ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Zumaroh, M.E.Sy, selaku Pembimbing II pada skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Direktur dan segenap Karyawan di PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, Juli 2021
Peneliti,



Iis Naini Rahmawati
NPM. 1502100060

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Penelitian Relevan	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Strategi Bisnis.....	12
1. Pengertian Strategi Bisnis	12
2. Cara Menghadapi Persaingan Bisnis	13
3. Bentuk-bentuk Strategi bisnis	15
B. Persaingan Bisnis.....	15
1. Pengertian Persaingan Bisnis	15
2. Macam-Macam Persaingan Bisnis	16
3. Bentuk-Bentuk Persaingan Bisnis.....	18
4. Strategi memenangkan persaingan bisnis	19

BAB III	METODE PENELITIAN	21
	A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	21
	B. Sumber Data	22
	C. Teknik Pengumpulan Data	24
	D. Teknik Analisis Data	25
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
	A. Sejarah Singkat PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.....	27
	B. Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha dalam Menghadapi persaingan .	31
	C. Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Dalam Menghadapi Persaingan.....	40
BAB V	PENUTUP	49
	A. Kesimpulan.....	49
	B. Saran	49

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Profil Jumlah Nasabah Tabungan PT BPRS Mitra Agro Usaha	4
1.2. Penelitian Relevan	11

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Foto-foto Penelitian
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan lembaga keuangan dalam kehidupan ekonomi masyarakat saat ini sangat penting. Lembaga keuangan merupakan harapan dan tumpuan bagi pengusaha untuk memperoleh tambahan modal melalui mekanisme pembiayaan dan menjadi tumpuan investor melalui saving. Perkembangan perbankan diindonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat saat ini. Peningkatan jasa pelayanan lembaga keuangan, bank maupun non bank dari tahun ketahun menjadi perhatian masyarakat. Dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, produk, dan promosi.¹

Perbankan merupakan kegiatan bisnis yang berdaya saing tinggi, karena setiap lembaga keuangan tentunya memiliki strategi bisnis yang berbeda-beda untuk mencapai suatu keberhasilan dalam usahanya. Misalnya menciptakan strategi pemasaran yang baik, strategi manajemen pengelolaan yang benar dan meningkatkan kualitas produk. Sama halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga menawarkan nasabah dengan beragam produk perbankan.² Strategi ialah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan).³

¹Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Grafindo persada, 2002), 1

²Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 16

³Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*, (Jakarta: Alfabeta, 2009),

Kegiatan pemasaran merupakan ujung tombak dari kegiatan bisnis yang dijadikan pendukung utama dalam menggali potensi dan mengembangkan bisnis atau perusahaan. Karena dengan adanya dukungan pasarlah bisnis akan berkelanjutan, eksis dan berkembang.⁴ Strategi bisnis pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.⁵

Persaingan bisnis di era globalisasi telah membuat berbagai perusahaan berlomba untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya kondisi inilah yang memaksa berbagai perusahaan untuk menemukan berbagai strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan kompetitif, dengan harapan perusahaan dapat mempertahankan pasarnya dan memenangkan persaingan bisnisnya. Setiap perusahaan tentu memiliki strategi pemasaran tersendiri. Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam memasarkan produknya menggunakan strategi pemasaran yang baik, yakni dengan menggunakan promosi dan target pemasaran yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Keputusan-keputusan tentang pemasaran produk menentukan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang. Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahu dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Beberapa hal yang diperhatikan dari

⁴ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2004), 93

⁵ Sofwan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, (Bandung: RajaGrafindo Persada, 2010), 168

keputusan mengenai tempat yaitu; sistem transportasi, system penyimpanan, dan pemilihan distribusi.⁶

Berdasarkan hasil pra survey, perkembangan bank-bank syariah sekarang ini mengalami kendala karena bank-bank syariah hadir di tengah-tengah perembangan dan praktek-praktek perbankan konvensional di daerah Bandar Lampung. Salah satu Bank yang oprasionalnya berdasarkan prinsip syariah adalah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yang tidak mau kalah dari lembaga keuangan syariah lainnya dalam hal pengembangan produk. Ketatnya persaingan saat ini membuat bank MAU harus mampu menciptakan produk-produk yang tepat dengan ukuran sederhana (mudah dalam pemasaran, pengelolaan, maupun penerapan sesuai dengan prinsip syariah). Salah satu cara yang dilakukan Bank MAU dalam mengembangkan produk-produk yang dimiliki adalah mengembangkan produk-produk yang sudah ada, seperti pada produk titipan/tabungan wadiah dan produk mudharabah. ini menimbulkan persaingan antar lembaga keuangan syariah maupun non syariah semakin tinggi, karena sekarang ini banyak perbankan yang berkembang dalam bisnisnya. Ini artinya setiap lembaga keuangan lain harus berlomba-lomba dalam memasarkan produknya agar masyarakat atau nasabah tertarik untuk melakukan simpanan atau pembiayaan dalam lembaga keuangan tersebut.

Berdasarkan hasil Pra Survey yang saya lakukan di BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yang sering dikenal dengan Bank MAU adalah satu-

⁶ M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), 14-16

satunya di Lampung bank yang “MUALLAF”, Karena sebelumnya adalah BPR Konvensional mulai berdiri dan beroperasi pada tanggal 5 April 2010 lalu mengalami perubahan mulai pada tahun 2013 Bank MAU melaksanakan kegiatan operasional berdasarkan prinsip Syariah. Perkembangan Bank MAU Bandar Lampung mengalami Peningkatan yang cukup baik. Meskipun semakin banyak persaingan atau semakin banyaknya perbankan syariah yang ada disekitar Bandar Lampung.⁷

Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Gita selaku Manager Operasional mengatakan bahwa produk di Bank MAU antara lain:

Tabel 1.1.
Profil Jumlah Nasabah Tabungan PT BPRS Mitra Agro Usaha

Nama Produk	Jenis Produk	2017	2018	2019
MAU Syariah Ib	- Tabungan wadiah	2114	2463	2771
	-Tabungan Mudharabah	18	19	27

Tabel diatas merupakan Produk tabungan di Bank MAU Syariah yang berkad wadiah dan mudharabah. Tabungan wadiah merupakan dana titipan nasabah yang dikelola secara amanah oleh Bank MAU. Bank MAU menerima tabungan, baik pribadi maupun badan usaha dalam bentuk tabungan bebas dengan akad wadiah yang tidak menanggung resiko kerugian. Serta bank akan memberikan kadar profit kepada penabung jumlah tertentu dari yang diperoleh bank dalam pembiayaan pada nasabah yang memperhitungkan tiap

⁷Bapak Mat Amin, Direktur Utama Bank MAU Syariah, wawancara pada pra-survey, tanggal 30 Oktober 2019

bulan. Sedangkan tabungan mudharabah merupakan investasi dana yang dilakukan antara nasabah dan Bank MAU Syariah.⁸ Strategi yang digunakan marketing dalam memasarkan produk tabungan ini dengan menggunakan beberapa strategi yaitu dari hasil wawancara dengan salah satu marketing Bank MAU Syariah melakukan strategi produknya dengan cara menawarkan produk untuk semua kalangan dan yang biasa masyarakat kelas menengah ke bawah mereka menawarkan dari pasar ke pasar dengan melakukan grebek pasar setiap minggunya yaitu mereka menawarkan produk wadiah dengan harga yang sangat terjangkau bagi masyarakat disana dan sesuai akad, yang bertujuan agar lebih memudahkan nasabah dalam memenuhi kebutuhan. Contohnya untuk pengajuan simpanan nasabah wajib menjadi anggota terlebih pembukaan rekening simpanan wadiah di Bank MAU Syariah sangatlah ringan dengan membawa uang minimal Rp 25.000,- selanjutnya nasabah bisa menabung semampunya minimal Rp.10.000, Harga tersebut sangatlah terjangkau bagi para nasabah, tidak ada biaya administrasi bulanan, nasabah juga akan mendapatkan bonus setiap bulannya sebesar 5% apabila nasabah sudah menabung diatas Rp 1.000.000,- langsung masuk di rekening para nasabah. Bonus tersebut memang tidak ditetapkan di awal dan tidak ada perjanjian kepada nasabah namun perusahaan atau bank memiliki SOP dan memang diterapkan di bank. Dari hasil wawancara kepada salah satu marketing, dalam promosinya produk tabungan wadiah dan mudharabah mereka telah memberikan upaya yang maksimal yaitu dengan selalu meningkatkan SDM, para Marketing yang mendatangi calon nasabah dengan

jemput bola, melakukan sosialisasi, grebek pasar setiap minggunya. Membuat brosur untuk diberikan kepada calon nasabah. Dari hasil wawancara dengan Bank MAU Syariah sudah mampu menjalankan dengan lebih baik, Bank MAU Syariah terletak di lokasi yang sangat strategis yaitu terletak di alamat Jl. Hayam Wuruk No. 95, Sawah Lama, Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung 3512. Dan penyaluran distribusi produk tabungan didistribusikan kepedagang dan petani, serta sarana dan prasarana yang sudah cukup memadai. Sehingga Bank MAU Syariah mudah dijangkau oleh nasabah dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan Bank MAU Syariah.⁸

Dari perbandingan produk tabungan Bank MAU Syariah Bandar Lampung ada beberapa yang membedakan diantaranya dimana pada tabungan wadiah bank MAU memiliki bonus di setiap bulannya dan lebih banyak peminatnya daripada tabungan mudharabah. Dan para nasabah tidak perlu datang kebank karena ada system jemput bola yang lebih mempermudah nasabah, pengambilannya pun bisa sewaktu-waktu, dan itu yang membuat jumlah nasabah tabungan wadiah lebih banyak sedangkan untuk tabungan mudharabah hanya bisa diambil ketika sudah masuk jatuh tempo sesuai akad, mudharabah juga belum lama diterapkan di bank MAU Syariah, jadi nasabah belum begitu mengenal system mudharabah.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan 16 orang nasabah yang menabung di Bank MAU Syariah, 14 nasabah wadiah dan 2 nasabah

⁸ BapakTatang, Marketing Bank MAU Syariah, *wawancara* pada pra-survey, pada tanggal 2 juli 2020

mudharabah. Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan hasil wawancaranya adalah sebagai berikut :

Wawancara kepada Vivi Esti Maghfiroh menyatakan bahwa “Tabungan akad wadiah adalah tabungan dengan dana simpanan murni, jadi nasabah hanya menitipkan uangnya untuk disimpan di bank tempat ia menabung dan pihak bank tidak memiliki hak untuk menggunakan dana yang dititipkan dengan akad wadiah tersebut.

Kemudian wawancara kepada Isti Sundari Apriani menyatakan bahwa “Tabungan akad wadiah adalah tabungan titipan yang mana akad wadiah ini hanya sekedar untuk tabungan tanpa adanya potongan dari pihak bank. Kemudian pernyataan yang sama di atas diperkuat pula oleh pendapat Ulfa Kurnia, Fajri Ramadhan, Melati Rahaya Syafitri, Endang Susilawati, Cintya Pratna yang mana pernyataannya.

“Akad wadiah adalah Suatu produk tabungan yang ada di lembaga perbankan syariah, yaitu tabungan dengan akad penitipan uang yang berarti titipan dan tanpa adanya biaya potongan dari bank, dan nasabah bisa menarik uangnya tanpa batasan saldo yang harus ditinggalkan di tabungan dan juga tabungan yang tanpa adanya bagi hasil dari nasabah maupun pihak bank.

“Menurut Ibu Dian seorang pedagang menjelaskan bahwa dirinya tertarik menabung di bank MAU karena tidak perlu repot-repot datang ke bank, dan Ibu Dian menjelaskan bahwa ia hanya memilih produk tabungan wadiah saja karena produk lain seperti pembiayaan menggunakan jaminan, Ibu Dian juga menjelaskan bahwa ia mendapatkan keuntungan berupa bonus di setiap

akhir bulan”. Selanjutnya bapak Wahyudi salah satu pedagang di pasar gantung ketika peneliti mewawancarai bapak Wahyudi “beliau menjelaskan bahwa awalnya ia tertarik menabung di bank MAU Syariah selainnya tidak perlu repot-repot ke bank, awalnya ia diajak oleh saudaranya yang sudah lebih lama menabung di Bank MAU, ia memang hanya tertarik untuk menabung saja, dan keuntungan yang bapak wahyudi dapat dari menabung yaitu dapat menambah modal dagangannya”.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis tertarik membahas strategi persaingan di Bank MAU Syariah dengan tema “Strategi Bisnis untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka peneliti mengambil pertanyaan penelitian yaitu Bagaimana strategi bisnis dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan di PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam menghadapi persaingan bisnis?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setelah melihat pertanyaan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui strategi yang dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam memasarkan tabungan wadiah dan mudharabah untuk memenangkan persaingan bisnis?

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis dengan adanya penelitian dapat memperkaya pengetahuan dan keilmuannya tentang strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah disebuah lembaga keuangan.
- b. Secara praktis diharapkan dapat dijadikan motivasi bagi pihak bank demi kemajuan dan perkembangan bank dimasa yang akan datang.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya.⁹

Peneliti telah melakukan tinjauan pustaka terhadap skripsi, dan yang melakukan penelitian mengenai strategi Bank MAU Syariah Bandar Lampung dalam menghadapi persaingan bisnis belum pernah peneliti temukan. Berdasarkan uraian di atas penulis mengutip penelitian yang terkait dengan persoalan yang akan diteliti sehingga akan terlihat, dari sisi mana penelitian tersebut membuat suatu karya ilmiah, adapun hasil penelitian relevan peneliti lakukan sebagai berikut:

Swastati Estu Waras Tuti, mahasiswa UIN Sunan Kalijaga dalam skripsinya yang berjudul “strategi keunggulan bersaing BNI Syariah Kota Yogyakarta dalam upaya meningkatkan nasabah” penelitian dalam skripsi ini mengkaji tentang persaingan antar perusahaan sejenis biasanya merupakan

⁹ Pedoman Penulisan Skripsi Mahasiswa IAIN Metro Tahun 2018

kekuatan terbesar dalam lima kekuatan kompetitif, strategi yang dijalankan oleh perusahaan dapat berhasil jika mereka memberikan keunggulan kompetitif dibanding strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Cara terbaik untuk mengukur kekuatan kompetitif produk adalah dengan melihat pasar yang didapat oleh produk tersebut. Sehingga dapat diketahui hasil dari penelitian tersebut yaitu, strategi yang digunakan adalah strategi fokus, yaitu bagi hasil pembiayaan yang lebih murah dibandingkan perbankan syariah lainnya, pelayanan langsung disemua kantor cabang dan pembiayaan flexi syariah yang memberi kemudahan bagi karyawan untuk mengajukan kredit tanpa jaminan tentu saja dengan persyaratan dan batas jumlah yang telah ditentukan.

M. Abdurrocmam Zamzami, mahasiswa Universitas Indonesia dengan judul analisis strategi dan keunggulan bersaing perusahaan studi kasus di PT. Perusahaan Gas Negara (Persero). Skripsi jurusan Manajemen Bisnis, fakultas Ekonomi dan Bisnis, (Universitas Indonesia). Penelitian dalam skripsi ini mengkaji tentang kondisi lingkungan strategis perusahaan yang sedang berubah dan sumberdaya yang terbatas, perusahaan memerlukan strategi pengembangan yang tepat. Sehingga hasil dari penelitian ini dapat diketahui apa saja strategi keunggulan bersaing perusahaan tersebut yaitu, luasnya jaringan pipa yang dimiliki perusahaan saat ini yang telah berpasang pada daerah sentral industri, memiliki enri yang tinggi.

Tabel 1.2
Penelitian Relevan

No	Penelitian terdahulu yang relevan	Perbedaan	Persamaan
1	Strategi keunggulan bersaing BNI Syariah kota Yogyakarta dalam upaya meningkatkan nasabah	Mengkaji tentang persaingan antar perusahaan sejenis, memiliki strategi yang berbeda, membahas tentang keunggulan bersaing	Sama sama ingin meningkatkan jumlah nasabah, meneliti strategi dan persaingan
2	Analisis Strategi dan keunggulan bersaing perusahaan	Mengkaji tentang kondisi lingkungan strategis yang sedang berubah dengan sumberdaya yang terbatas yang terbatas, perusahaan memerlukan strategi pengembangan yang tepat,	Sama sama meneliti strategi bersaing

Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan kedua peneliti di atas, persamaannya yaitu sama-sama menjelaskan tentang strategi bersaing, namun perbedaannya kedua peneliti ini hanya membahas tentang keunggulan bersaing sedangkan peneliti yaitu mengfokuskan strategi untuk menghadapi persaingan bisnis. Sehingga dengan demikian dapat ditegaskan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi PT Bprs Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Dalam Menghadapi Persainagn Bisnis”. Belum pernah diteliti sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Bisnis

1. Pengertian Strategi Bisnis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Strategi merupakan ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu.¹ Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Strategi merupakan cara atau siasat.² Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dimasa yang akan datang.

Strategi merupakan fondasi tujuan organisasi dalam hal agribisnis strategi yang digariskan adalah Ekstenifikasi, Intensifikasi, Rehabilitasi, dan diverifikasi. Strategi pada hakikatnya perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arahan saja, melainkan harus mampu mewujudkan bagaimana taktik oprasionalnya.³ Jadi strategi adalah wujud rencana dalam bidang pemasaran yang ditetapkan dan dijalankan guna mencapai tujuan tertentu. Strategi pada dasarnya merupakan seni seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan yang telah

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 1092

² Sulchan Yasyin, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Amanah, 1997), 443

³ Sukanto Reksodiprodjo, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: BEFE, 1987), 11

ditetapkan sebelumnya. Strategi Bisnis adalah perencanaan strategi yang memungkinkan suatu perusahaan memperoleh seefisien mungkin kedudukan yang paling akhir mempertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya. Jadi strategi merupakan upaya mengubah kekuatan perusahaan yang sebanding dengan kekuatan pesaing-pesaingnya, dengan cara yang paling efisien.⁴

Strategi bisnis merupakan dokumen yang jelas mengartikulasi arah bisnis serta langkah-langkah untuk mencapai tujuannya. Pengertian lain dari strategi bisnis adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang dibuat oleh suatu manajemen puncak yang diimplementasikan keseluruhan struktur organisasi kedalam aktivitas dan untuk mencari keuntungan secara optimal dengan menyediakan barang dan jasa sesuai keinginan konsumen.

Strategi bisnis yang baik, membantu menata dan mengalokasikan sumber-sumber daya sesuatu organisasi dapat menciptakan sebuah usaha yang unik dan bagaimana memanfaatkan sumber daya guna mencapai tujuan tertentu.

2. Cara Menghadapi Pesaingan Bisnis

a. Menawarkan Harga yang Kompetitif

Harga yang ditawarkan dari produk atau jasa bisnis Anda tidak jauh dari harga pesaing. Harga produk yang jauh lebih tinggi dari harga pasaran akan sulit dalam mengembangkan bisnis yang dikelola. Kecuali bisnis yang Anda bangun memiliki target pasar kalangan

⁴ Pandji Anaroga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2009) h 339

menengah ke atas dengan dukungan fasilitas yang mewah dan lain sebagainya.

b. Jangan Menjatuhkan Pesaing

Jangan sampai membuat statement atau mengeluarkan pendapat yang menjatuhkan pesaing. Jika seorang pelanggan memancing untuk mengungkapkan kejelekan dari pesaing, usahakan jangan ikut membantu. Jawablah dengan ucapan yang sopan, asalkan jangan cuek atau terkesan tidak peduli dengan curahan hati pelanggan.

c. Memberikan Pelayanan yang Baik untuk Memenangkan Persaingan Bisnis

Mulai dari membuat SOP pelayanan dan berikan training ke seluruh karyawan. Minta karyawan Anda untuk melayani konsumen dengan baik, mulai dari senyum dan akhiri dengan senyum kembali.

d. Perluas Target Pasar

Pentingnya memperluas pasar seperti menambahkan jenis produk dengan perencanaan target pasar yang baru. Sebagai contoh, jika selama ini target Anda hanya remaja, memproduksi atau menambahkan produk yang sering digunakan oleh ibu rumah tangga dapat dilakukan untuk memperluas pasar.

e. Melakukan Promosi yang Tepat

Sebelum memilih jenis promosi untuk bisnis di lakukan riset terhadap para pesaing terlebih dahulu.⁵

3. Bentuk-bentuk Strategi Bisnis

Strategi bisnis berfokus pada bisnis khusus , anak perusahaan atau unit operasi khusus dalam perusahaan. Tiga bentuk dasar strategi bisnis adalah:

- a. Diferensial berusaha membangun dan mempertahankan citra (baik nyata maupun hanya anggapan) bahwa barang atau jasa SBU (strategi businis units) pada dasarnya unik dibandingkan dengan barang atau jasa disegmen pasar yang sama
- b. Kepemimpinan biaya penuh yang berfokus pada pencapaian prosedur operasi yang sangat efisien sehingga biayanya lebih rendah dibandingkan dengan para pesaingnya
- c. Focus perusahaan memmbuat target atau tipe produk tertentu untuk kelompok pelanggan atau wilayah tertentu. Kelompok pelanggan ini dapat dibagi berdasarkan wilayah geografis, etnis, daya beli, atau faktor lain yang mempengaruhi pola pembeli. Stratehi bisnis biasanya diformulasikan oleh manager tinggat bisnis lewat negosiasi dengan manager korporasi dan memusatkan pada cara nersaing dalam dunia bisnis.⁶

⁵ Muhamad Ali Haji Hashim, *Bisnis satu cabang jihad*, (Tangerang,Pustaka Al - Kautsar 2018), 11

⁶ Frans Bararuallo. *Pengantar bisnis*, (Jakarta Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019 ., 54

B. Persaingan Bisnis

1. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan menurut kamus bahasa Indonesia berasal dari saing yang artinya berlomba saling mengungguli. Sehingga dapat diartikan persaingan adalah tindakan seseorang yang dilakukan kepada orang lain untuk mengungguli.⁷

Persaingan yang berasal dari kata dasar “saing” yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk mempertahankan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, pertahanan dan sebagainya.⁸

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persaingan merupakan suatu proses sosial di mana orang perorangan atau kelompok manusia berusaha mengalahkan pihak lain tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan. Tujuannya mencapai sesuatu yang lebih dari pada yang lainnya, baik itu dalam bentuk harta benda maupun dalam bentuk popularitas.

Bisnis adalah pertukaran barang jasa atau yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Pengertian lain dari suatu bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang berkecimpung dalam bidang peniagaan dan industri, menyediakan

⁷ Em Zulfajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Difa Publisher, 2007), 722.

⁸ Adini dan Aditya, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Prima Media, 2002), 382.

barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.⁹ Pengertian lain dari suatu bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih berorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan masyarakat.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas persaingan bisnis merupakan suatu proses sosial dimana perorangan atau lebih berusaha mengalahkan pihak lain tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan, dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan.

2. Macam-Macam Persaingan Bisnis

a. Persaingan Sehat (Healthy competition)

Persaingan Sehat yaitu persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.

b. Persaingan Gorok Leher (cut throat competition)

Persaingan Gorok Leher yaitu persaingan perbandingan yang tidak sehat atau fair, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir

⁹ Farancis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), 4

dari pasar dan salah satunya menjual barang dibawah harga yang berlaku dipasar.¹⁰

3. Bentuk-Bentuk Persaingan Bisnis

a. Pesaingan generik

Persaingan generic lebih berfokus pada target pasar. Muncul dikarena target pasar maupun konsumen yang sama. Maksudnya, dua perusahaan yang menjual produk dengan konsumen yang sama.

b. Persaingan Bentuk

Persaingan bentuk terjadi ketika suatu perusahaan memproduksi barang yang ternyata memiliki kemiripan dengan barang yang diproduksi perusahaan lain. Hal ini menimbulkan terjadinya persaingan bentuk yang semakin lama akan semakin kompetitif seiring dengan berbagai terobosan yang dilakukan oleh kedua perusahaan tersebut.

c. Persaingan Industry

Persaingan ini terjadi pada saat perusahaan memproduksi barang yang memiliki kelas yang sama

d. Persaingan Merk

Persaingan Merk terjadi ketika antara perusahaan memproduksi barang yang sama, namun memili perbedaan pada merknya. Padahal harga dari produk tersebut tidak memiliki perbedaan yang signifikan.¹¹

¹⁰Johan Arifin, Etika Bisnis Islam, Semarang Waki Songo Press, cetakan 1, 2009, hlm. 97-

¹¹ <https://ukirama.com>

4. Memenangkan Persaingan Bisnis

a. Brand (Merek)

Seluruh bisnis akan menempa kesuksesan setelah membawa manfaat pengguna pada konsumen. Manfaat ini pada dasarnya merupakan nilai sebenarnya yang diperoleh, dirasakan dan dinikmati oleh konsumen dari kegunaan produk atau jasa yang telah dibeli. Dalam proses ini, bisnis yang sukses akan membangun citra atau persepsi, baik konsumen terhadap produk, pelayanan dan kualitas produk dan jasa yang disampaikan.

Citra baik merupakan sesuatu yang tinggi nilainya dalam bisnis. Nilai itu dijadikan modal dan bagian dari asset bisnis. Nilai ini merupakan kadar yang tinggi tertuju pada sumbangan reputasi dan citra baik dalam melahirkan keuntungan dan tambahan nilai perusahaan.

b. Tahu Pesaing

Tidak ada hal lain yang lebih sulit selain mencoba mendalami dan mengetahui lebih dalam mengenai competitor yang menjadi pesaing bisnis.

c. Promosi

Promosi merupakan komunikasi yang persuasif, mengajak, membujuk, dan meyakinkan untuk mengarahkan pada tingkatan pertukaran dalam pemasaran, promosi yang dilakukan dengan perencanaan yang baik diharapkan memberikan kontribusi yang

maksimal bagi peningkatan penjualan dan bagian pasar yang telah ada bagi perusahaan dan organisasi.

d. Kenal Konsumen

Konsumen adalah raja, konsumen ibarat udara yang membuat bisnis bisa tetap hidup dan bertahan. Untuk memberikan pelayanan yang baik perlu mengetahui kebiasaan konsumen dalam membeli produk.

e. Internet Marketing

Dimana apabila konsumen menggunakan internet marketing akan lebih mempermudah memepjualbelikan produk. Para konsumen cenderung ingin berbelanja dalam ruang yang lebih privat dan terhindar dari keramaian. Internet membuka pintu yang lebar untuk berinovasi. Produk bisnis dapat ditampilkan pada website, blog, dan situs lainnya. sehingga dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa dibatasi ruang dan waktu.¹²

¹² Masayu Endang Aprianti , Percaya Diri Dan Berfikir Strategis Untuk Menghadapi Ketatnya Persaingan Bisnis (Studi Di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Indraprasta PGRI) *dalam Jurnal Usaha,*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi tersebut yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.¹ Penelitian lapangan pada penelitian ini berjenis deskriptif, penelitian deskriptif adalah penelitian adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variable yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu, kemudian menarik kepermukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi tertentu. Adapun lokasi penelitian ini adalah di PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu hanya semata-mata melukiskan keadaan atau peristiwa tanpa maksud untuk mengambil suatu kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengamati (deskripsi) secara sistematis, factual dan akurat mengenai situasi-situasi atau kejadian.² Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif yaitu berupa

¹ Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian & teknik penyusunan skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011),96

²*Ibid.*, 18

keterangan-keterangan bukan hitungan-hitungan atau angka. Hasil dari penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data berupa uraian yang menggambarkan fakta tentang strategi bisnis dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank MAU Syariah Bandar Lampung dalam menghadapi persaingan bisnis

B. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.³ Data merupakan hasil pencatatan baik yang berupa fakta dan angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi. Berdasarkan pengertian tersebut, subjek penelitian dimana subjek tersebut akan diambil datanya dan selanjutnya akan diambil kesimpulan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa sumber data, baik itu sumber data primer, maupun sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.⁴ Sumber primer adalah yang memberikan informasi langsung kepada pengumpul data.⁵

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Bapak Amin Selaku Direktur Utama di Bank MAU Syariah Bandar Lampung dan Ibu Gita Selaku Manajer Operasional. Bapak tatang sebagai marketing Dan 16

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*, (Jogyakarta: PT. Rineka Cipta. 2006), 129

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Sosial Dan Ekonom: Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen Dan Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2013), 129

⁵ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Jogyakarta: Ar-Rus Media, 2011), 22

orang nasabah 14 nasabah wadiah, 2 orang nasabah mudharabah. Jadi dasar pertimbangan ditentukan sendiri. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuannya sampel dengan pertimbangan tertentu.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafik (table, catatan, notulen rapat, dan lain-lain), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer.⁶

Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lebih lengkap. Adapun yang menjadi sumber data sekunder dapat berupa dokumen, buku yang ada relevansinya dengan penelitian yaitu Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Strategik*, buku, kebijakan dan strategi manajemen, Muhamad Ali Haji Hashim, *Bisnis satu cabang jihad*, pengantar bisnis, manajemen pemasaran dan brosur serta beberapa buku lain yang berkaitan dengan bisnis dan strategi bersaing. Dalam buku tersebut terdapat teori yang digunakan untuk rujukan dalam analisis penelitian ini.

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 22

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan caranya jawab sambil tatap muka antara pewawancara dengan responden atau yang diwawancarai.⁷ Sehingga dapat peneliti pahami bahwa metode wawancara adalah cara seseorang untuk mendapatkan informasi dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan secara langsung dengan bercakap, berhadapan muka dengan orang tertentu.

Interview dibedakan menjadi tiga macam yaitu:

- a. Interview bebas (tanpa pedoman pertanyaan)
- b. Interview terpimpin (menggunakan daftar pertanyaan)
- c. Interview bebas terpimpin (kombinasi antara interview bebas dan terpimpin).⁸

Penelitian ini untuk dapat tercapai apa yang diharapkan maka penelitian ini menggunakan interview bebas terpimpin, dimana peneliti menyiapkan garis besar mengenai hal-hal yang akan ditanyakan kepada Bapak Amin Selaku Direktur Utama di Bank MAU Syariah Bandar Lampung dan Ibu Gita Selaku Manajer Oprasional. Bapak tatang sebagai marketing Dan 16 orang nasabah. 14 nasabah wadiah, 2 orang nasabah mudharabah. Peneliti ingin mengetahui apa saja strategi yang dilakukan Bank MAU Syariah dalam menghadapi persaingan bisnis.

⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, 133

⁸ Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012), 83

2. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan atau transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat legger, agenda, dsb.⁹ Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.¹⁰

Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk membantu proses penelitian, sehingga penelitian dapat dilakukan dan dapat memecahkan masalah yang diteliti. Teknik dokumentasi ini menggunakan catatan yang dimiliki oleh Bank MAU Syariah Bandar Lampung seperti, profil bank, struktur organisasi, visi dan misi.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Setelah data terkumpul maka peneliti mengelola dan menganalisis data secara kualitatif untuk mendapatkan kesimpulan yang benar menggunakan metode analisis kualitatif dengan menggunakan deskriptif analisis.¹¹ Peneliti ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu data yang berupa keterangan-keterangan atau uraian-uraian sehingga dari uraian tersebut agar

⁹ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabet, 2010), 247

¹⁰ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, 152

¹¹ W, Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), 239

tergambar tentang hal-hal yang berkaitan dengan strategi bisnis dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam menghadapi persaingan bisnis.

Dalam menganalisis data, peneliti harus menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer. Dan dan sumber data sekunder bila diperlukan. Kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta dan peristiwa yang konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.¹² Proses analisis data dalam penelitian ini dimulai dari indentifikasi masalah, klarifikasi masalah hingga menginterrestasikannya dan diakhiri dengan kesimpulan hasil dari penelitian yang berkaitan dengan strategi bisnis dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan Di PT Bprs Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis.

¹² Sutrisno Hadi, *Metodolodi Penelitian Reserch*, 40

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung

PT. Bank Perkreditan Rakyat Mitra Agro Usaha adalah lembaga keuangan perbankan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang melaksanakan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah islam. Berawal dari keinginan para pendiri untuk turut serta dalam pengembangan ekonomi kerakyatan, pada tanggal 2 Maret 2009 di dirikanlah sebuah lembaga keuangan mikro bernama PT. BPR Mitra Agro Usaha yang menjalankan kegiatan usaha perbankan secara konvensional PT. BPR Mitra Agro Usaha Di dirikan atas persetujuan Prinsip Bank Indonesia No. 11/115/DKBU Tanggal 2 Maret 2009 dan memiliki Pengesahan Badan Hukum Perseroan dari pemberi hukum dan Hak Asasi Manusia No.AHU-21384.AH.01.01 tahun 2009 Tanggal 18 Mei 2009, Pemberian izin usaha Gubernur Bank Indonesia No. 12/17 KEP.GBI/DPG/2010 tanggal 9 Maret 2010 dan mulai beroperasi tanggal 5 april 2010.

PT. BPR mitra Agro Usaha di dasari oleh kehendak membantu dan memberdayakan potensi ekonomi perdesaan untuk mencapai pemerataan kemakmuran yang masih timpang selain itu juga demi terwujud nya suatu lembaga keuangan sebagai lembaga keuangan alternatif yang dapat melayani kebutuhan masyarakat di bidang keuangan. Pada tanggal 23 juli 2013 gubernur bank Indonesia memberikan izin perubahan kegiatan Bank

Perkreditan Rakyat (BPR) menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan No. 15/81/KEP.GBI/DPG 2013 menteri hukum dan hak asasi manusia Republik Indonesia memberi keputusan tentang persetujuan perubahan anggaran dasar perseroan tahun 2013 dengan No. AHA.11575.AH.01.02 dan PT BPRS Mitra Agro Usaha mulai beroperasi mulai beroperasional dengan prinsip syariah pada tanggal 02 september 2013. Berkaitan dengan hal yang telah di uraikan maka didirikanlah PT BPRS Mitra Agro Usaha yang berlokasi di Jl. Hayam Wuruk No. 95 Kampung Sawah Lama, Tanjung Karang Timur Bandar Lampung dan merupakan BPRS yang menerapkan sistem bagi hasil.

Keberadaan PT. BPRS Mitra Agro Usaha memiliki prospek penyaluran dana kepada nasabah yang beroperasi dengan prinsip syariah. Manfaat yang diperoleh saat ini adalah pelayanan kepada masyarakat, mengingat anomo masyarakat terhadap perbankan syariah cukup tinggi dan arena penduduk di kota Bandar Lampung mayoritas muslim, sehingga menjadi pasar yang potensial untuk mengembangkan semua kegiatan yang berbasis syariah, terutama BPRS. Bagi masyarakat yang ingin meninggalkan sistem riba dan beralih ke sistem syariah BPRS dapat menjadi pilihan, karena di kelola dengan menganut prinsip keterbukaan dan keadilan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Sehingga dengan adanya BPRS diharapkan memiliki andil yang cukup signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi mengingat di Kota Bandar Lampung belum ada BPR berbasis syariah. Hal ini

terbukti dengan banyaknya rekening yang melakukan transaksi baik simpanan maupun pembiayaan.¹

Visi-misi yang ada di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

1. Visi : Menjadi BPRS terkemuka dengan layanan Finansial sesuai kebutuhan nasabah
2. Misi : Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika serta pelayanan yang memuaskan.²

Produk-produk yang ada di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

1. Tabungan Wadiah

Tabungan MAU Syariah berakad Wadiah dan merupakan dana titipan nasabah yang dikelola secara amanah oleh Bank MAU Syariah.

Keuntungan

- a. Aman, Karena di jamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- b. Bebas Biaya administrasi bulanan
- c. Pelayanan Dapat dengan Jemput Bola
- d. Mendapatkan Bonus Tabungan setiap akhir bulan

2. Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah Bank MAU Syariah adalah produk penghimpunan dana bank syariah dengan akad mudharabah yang

¹ Website PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung www.bankmausyariah.co.id

² Website PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung www.bankmausyariah.co.id

penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek/bilyet giro.

3. Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah merupakan investasi dana berdasarkan akad Mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah dan BANK MAU Syariah.

Keuntungannya

- a. Aman, Karena dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan
- b. Nisbah bagi hasil yang cukup besar

4. Pembiayaan Ijarah Multijasa

Pembiayaan Ijarah Multijasa Bank MAU Syariah Kotabumi yang pada prinsipnya sama dengan Ijarah, hanya saja dalam ijarah multijasa menyewakan jasa yang bersifat konsumsi seperti untuk keperluan biaya pendidikan, biaya kesehatan, dan lain-lain.

5. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah Pada BPRS Mitra Agro Usaha adalah dalam prinsip akad syariah termasuk dalam prinsip akad jual beli. Saat ini, pada BPRS Mitra Agro Usaha produk perbankan syariah murabahah adalah yang paling pesat perkembangannya.³

³ Website PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung www.bankmausyariah.co.id

B. Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha dalam Menghadapi persaingan

PT. BPRS Mitra Agro Usaha merupakan salah satu Bank Syariah yang ada di Bandar Lampung. Menurut ibu Gita, terbentuknya PT. BPRS Mitra Agro Usaha pada awalnya tahun 2010 PT. BPRS Mitra Agro Usaha masih dalam bentuk bank konvensional, lalu pada tahun September 2013 sudah menjadi bank Syariah. Pada waktu pertama-tama belum boleh operasional karena belum ada perizinan dan sebagainya pada saat peralihan dari bank konvensional menjadi bank syariah. Pada saat masih menjadi bank konvensional laba perusahaan masih minus akan tetapi setelah beralih menjadi bank syariah, PT. BPRS Mitra Agro Usaha sudah mulai memperoleh laba. Dan seiring bertambahnya tahun laba PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah juga semakin bertambah begitu pula jumlah karyawannya pun juga semakin bertambah.⁴ Jadi, berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Gita, diperoleh informasi bahwa pada awalnya PT. BPRS Mitra Agro Usaha merupakan bank konvensional dan kemudian berubah menjadi bank dengan sistem operasional berbasis syariah sehingga terbentuklah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah Bandar Lampung.

PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung memiliki visi-misi yaitu visi : menjadi BPRS terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah. Dan misi : menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika serta pelayanan yang memuaskan.⁵ Dengan visi dan

⁴ Wawancara dengan Ibu Gita selaku Manager Operasional PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, pada 3 Februari 2021.

⁵ Website PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung www.bankmausyariah.co.id

misi ini PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung berusaha memberikan yang terbaik untuk mencapai visi dan misi yang telah dibuat.

PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung memiliki beberapa produk salah satunya adalah produk simpanan/tabungan berupa tabungan wadiah dan tabungann mudharabah. Deskripsi persaingan produk tabungan di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung ini terjadi pada produk tabungan wadiah yang lebih diminati oleh nasabah. Ibu Gita selaku manajer operasional menjelaskan bahwa persaingan produk tabungan wadiah dan tabungan mudharabah ini terjadi karena tabungan wadiah sudah lebih lama daripada tabungan mudharabah. Selain itu tabungan wadiah lebih mudah pencairannya bisa dilakukan sewaktu-waktu. Sedangkan tabungan mudharabah memiliki beberapa persyaratan sehingga pencairannya hanya bisa dilakukan ketika sudah memenuhi persyaratan tersebut. Sehingga lebih banyak nasabah yang memilih tabungan wadiah karena tabungannya dapat dilakukan sewaktu-waktu, Setiap nasabah yang melakukan pembiayaan di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah juga wajib membuka rekening tabungan wadiah sehingga hal ini yang membuat nasabah tabungan wadiah jauh lebih banyak dari pada tabungan mudharabah. Sedangkan untuk tabungan mudharabah hanya dilakukan untuk kepentingan tertentu seperti untuk sekolah, Qurban, Umrah dan lain-lain yang pencairannya hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu tergantung perjanjian jatuh temponya.⁶

⁶ Wawancara dengan Ibu Gita selaku Manager Operasional PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung pada 3 Februari 2021.

Berdasarkan wawancara kepada ibu Gita maka diperoleh informasi bahwa persaingan produk di PT. BPRS Mitra Agro Usaha adalah persaingan antara produk tabungan wadiah dan produk tabungan mudharabah dimana produk tabungan wadiah lebih banyak nasabahnya dibandingkan produk tabungan mudharabah.

Ibu Gita menjelaskan bahwa strategi bisnis yang akan dilakukan ditahun ini PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah akan mengembangkan produk tabungan mudharabah. Kita mau melakukan grebeg pasar dan event-event tertentu seperti ketika adanya event yang dilakukan pada saat OJK menuntut PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah untuk melakukan bulan edukasi pada oktober tahun 2020 lalu. Jadi pada event itu, ditugaskan setiap lembaga keuangan seperti PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah ini untuk memperkenalkan kepada masyarakat baik di pasar kantor maupun ditempat lainnya impulsive dan edukasi tentang jasa keuangan syariah dan menargetkan nasabah baru. Selain itu, kami juga melakukan event memperkenalkan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah seperti membagikan brosur dan souvenir dijalan-jalan. Terkadang juga ada bantuan dari masyarakat yang menjadi nasabah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah dan mempromosikan kepada teman atau kerabatnya dari mulut ke mulut.⁷

Berdasarkan informasi yang diperoleh, strategi bisnis yang dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah

⁷ Wawancara dengan Ibu Gita selaku Manager Operasional PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, pada 3 Februari 2021.

mengembangkan produk tabungan tabungan mudharabah dengan mengadakan event-event seperti edukasi tentang jasa keuangan syariah dan grebek pasar.

Berkaitan dengan bentuk strategi yang digunakan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam memasarkan produknya yaitu jemput bola/*door to door* dari awal operasional PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah hingga sampai saat ini. Pada awalnya strategi jemput bola ini dilakukan di pasar-pasar seperti pasar tugu dan pasar bintang. Pada awalnya masih melakukan jemput bola di dua pasar tersebut dan juga melakukan jemput bola disekitar lokasi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah. Seiring bertambahnya tahun maka bertambah pangsa pasarnya. Kami melakukan jemput bola tidak hanya di dua pasar tersebut tetapi melakukan jemput bola di pasar-pasar yang lainnya juga seperti way dadi, way halim way kandis dan lainnya. Dan setiap tahunnya kami merencanakan untuk menambah pangsa pasar kami. Untuk sistem operasionalnya, kami menggunakan strategi mengembangkan *service excellent* yaitu melayani dengan baik dan sepenuh hati sert bersikap sopan dan ramah kepada nasabah dan calon nasabah yang datang kekantor.⁸

Berdasarkan dari hasil wawancara, strategi bisnis yang dilakukan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung adalah jemput bola untuk nasabah yakni dengan mendatangi nasabah, serta melakukan pelayanan prima (*service excellent*) kepada nasabah dan calon nasabah yang datang.

Strategi yang digunakan pihak marketing dalam memenangkan persaingan adalah melakukan pelayanan dan memasarkan produk kepada

⁸ Wawancara dengan Ibu Gita selaku Manager Operasional PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, pada 3 Februari 2021.

nasabah dan calon nasabah. Seperti produk-produk funding dan produk-produk landing. Dan membangun relationship atau relasi untuk merekomendasikan dan mempromosikan produk PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah kepada teman atau kerabat mereka. Networking atau membuat jaringan dengan mempromosikan dan mengenalkan produk PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah di grup, sosial media, lembaga-lembaga dan lain sebagainya.⁹

Berdasarkan dari informasi yang diperoleh, strategi yang dilakukan marketing dalam memenangkan persaingan bisnis adalah dengan melayani dan memasarkan kepada nasabah dan calon nasabah, membangun hubungan dan membuat jaringan agar produk-produk PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

Berkaitan dengan kendala yang dihadapi dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk nasabah menabung menurut bapak tatang tidak terlalu signifikan karena di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah ini sudah ada lembaga penjamin simpanannya, pada dasarnya kendala yang dihadapi biasanya itu ibu-ibu ketika ditawarkan untuk menabung minta bonusnya apa gitu seperti misalnya dapet payung, jam, dan lain-lain karena pada dasarnya orang menabung itu selain agar uangnya aman juga karena bonus yang didapatkan juga selain itu kendala yang dihadapi adalah persaingan margin bagi hasil atau bonus.¹⁰

⁹ Wawancara dengan Bapak Tatang selaku Marketing PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, pada 3 Februari 2021.

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Tatang selaku Marketing PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, pada 3 Februari 2021.

Berdasarkan dari informasi yang diperoleh, kendala yang sering dihadapi oleh pihak marketing dalam memasarkan produk adalah bonus. Kebanyakan masyarakat menayakan bonus yang artinya bonus ini bersaing kompetitif dengan bank lain. Begitu pula dengan margin dan bagi hasil.

Kegiatan marketing di lapangan menurut bapak Tatang selaku marketing yaitu memasarkan produk menjelaskan kelebihan-kelebihan produk, dan menjelaskan sistem bagi hasil dan bonus kepada calon nasabah di lapangan. Jika ditanya terkait hasil, hasilnya tidak tentu karena persaingan antar bank untuk mencari nasabah atau konsumen. Terkadang ada yang mau menjadi nasabah terkadang juga ada yang menolak.¹¹

Berdasarkan informasi yang diperoleh, kegiatan yang dilakukan marketing dilapangan adalah memasarkan produk dengan menjelaskan kepada masyarakat agar tertarik menjadi nasabah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah.

Menurut Ibu Vivi selaku nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sejak 2016 wadiah adalah titipan jadi uangnya dititipkan di bank. Alasan ibu Vivi memilih tabungan wadiah adalah karena dana bisa diambil sewaktu-waktu dan dapat diambil tanpa perlu ke bank. Keuntungan yang ibu Vivi peroleh selama ini adalah mendapatkan bonus setiap akhir bulan. Ibu Vivi menyatakan puas menjadi nasabah tabungan wadiah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.¹²

¹¹ Wawancara dengan Bapak Tatang selaku Marketing PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, pada 3 Februari 2021.

¹² Wawancara dengan ibu Vivi selaku nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2016, pada 04 Februari 2021.

Menurut Ibu Isti selaku nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Mitra Agro Usaha sejak tahun 2019, wadiah adalah titipan tanpa adanya potongan dari pihak bank. Alasan ibu Isti memilih tabungan wadiah adalah karena mudah, dan dana dapat diambil sewaktu- sewaktu-waktu tanpa potongan. Ibu Isti menyatakan puas menjadi nasabah tabungan wadiah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.¹³ Keuntungan yang ibu Isti peroleh selama ini adalah dapat diambil

Ibu Ulfa selaku nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sejak 2018 mengatakan kurang paham tentang wadiah. Alasan ibu Ulfa memilih tabungan wadiah adalah hanya ingin menabung saja. Keuntungan yang ibu Ulfa peroleh selama ini adalah memiliki simpanan jadi kalau butuh bisa diambil sewaktu-waktu. Ibu Ulfa merasa puas menjadi nasabah tabungan wadiah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.¹⁴

Bapak Fajri Ramadhan selaku nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sejak 2016 juga kurang memahami produk wadiah. Alasan memilih tabungan wadiah adalah hanya ingin menabung agar memiliki simpanan. Keuntungan yang bapak Fajri peroleh selama ini adalah mendapatkan bonus setiap akhir bulan. Bapak Fajri merasa puas menjadi nasabah tabungan wadiah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.¹⁵

¹³ Wawancara dengan ibu Isti selaku nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2019, pada 04 Februari 2021.

¹⁴ Wawancara dengan ibu Ulfa selaku nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2018, pada 04 Februari 2021.

¹⁵ Wawancara dengan bapak Fajri Ramadhan selaku nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2016, pada 04 Februari 2021.

Menurut Ibu Melati Rahayu selaku nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sejak 2019 kurang paham dengan produk tabungan wadiah tauna hanya menabung saja. Alasan ibu Melati memilih tabungan wadiah adalah karena tidak ribet dan tidak harus ke bank. Keuntungan yang peroleh selama ini adalah mendapatkan bonus. Ibu Melati merasa puas menjadi nasabah tabungan wadiah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.¹⁶

Menurut Ibu Dian selaku nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sejak 2016 hanya paham kalau wadiah adalah titipan. Alasan memilih tabungan wadiah adalah karena tidak menggunakan jaminan jadi sewaktu-waktu dapat diambil. Keuntungan yang peroleh selama ini adalah mendapatkan bonus. Ibu Dian merasa sangat puas menjadi nasabah tabungan wadiah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.¹⁷

Bapak Wahudi selaku nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sejak 2019 mengaku tidak paham mengenai tabungan wadiah. Alasan memilih tabungan wadiah adalah ingin menambah modal dagangannya. Keuntungan yang peroleh selama ini adalah mendapatkan bonus. Bapak Wahudi merasa puas menjadi nasabah tabungan wadiah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.¹⁸

¹⁶ Wawancara dengan ibu Melati Rahayu selaku nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2019, pada 04 Februari 2021.

¹⁷ Wawancara dengan ibu Dian selaku nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2016, pada 05 Februari 2021.

¹⁸ Wawancara dengan bapak Wahyudi selaku nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2019, pada 05 Februari 2021.

Menurut Ibu Endang Susilawati selaku nasabah tabungan wadiah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sejak 2020 kurang paham tentang tabungan wadiah. Alasan memilih tabungan wadiah adalah cuma pengen nabung saja. Keuntungan yang peroleh selama ini adalah mendapatkan bonus. Ibu Endang merasa puas menjadi nasabah tabungan wadiah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.¹⁹

Menurut Ibu Ira selaku nasabah tabungan mudharabah (tabungan Qurban dan Tabungan pendidikan anak) PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sejak 2016 mudharabah adalah bagi hasil antara nasabah dan bank. Alasan ibu Ira memilih tabungan mudharabah adalah ingin berqurban dan butuh untuk pendidikan anak. Keuntungan yang peroleh selama ini adalah dana tabungan tidak bisa diambil sewaktu-waktu jadi uangnya utuh sampai nanti jatuh tempo. Ibu Ira merasa puas menjadi nasabah tabungan mudharabah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.²⁰

Menurut Bapak Danu selaku nasabah tabungan mudharabah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sejak 2018 mudharabah adalah bagi hasil. Alasan bapak danu memilih tabungan mudharabah adalah mengumpulkan uang untuk pulang kampung. Keuntungan yang peroleh selama ini adalah bisa menyisihkan uang. Bapak Danu merasa puas menjadi

¹⁹ Wawancara dengan ibu Endang selaku nasabah tabungan wadiah sejak tahun 2020, pada 05 Februari 2021.

²⁰ Wawancara dengan ibu Ira selaku nasabah tabungan mudharabah sejak tahun 2016, pada 04 Februari 2021.

nasabah tabungan mudharabah di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.²¹

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa nasabah narasumber PT. BPRS Mitra Agro Usaha Syariah maka dapat diperoleh informasi bahwa pada dasarnya nasabah yang diwawancarai tidak begitu mengetahui tentang tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Hanya saja kebanyakan alasan nasabah tabungan wadiah memilih produk tabungan wadiah karena bisa diambil sewaktu waktu. Sedangkan nasabah tabungan mudharabah memilih produk itu karena ingin menabung untuk bisa melaksanakan keinginannya sesuai dengan produk yang ada di PT. BPRS Mitra Agro Usaha seperti tabungan qurban atau tabungan pendidikan untuk anaknya. Karena dengan menggunakan tabungan mudharabah uang yang mereka simpan bisa terkumpul karena tidak dapat diambil sewaktu-waktu. Dari hasil wawancara kepada beberapa nasabah diatas, semua nasabah narasumber mengaku puas menjadi nasabah PT. BPRS Mitra Agro Usaha.

C. Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Dalam Menghadapi Persaingan

1. Strategi Bisnis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Strategi merupakan ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu. Strategi Bisnis adalah perencanaan strategi yang memungkinkan

²¹ Wawancara dengan bapak Danu selaku nasabah tabungan mudharabah sejak tahun 2018, pada 04 Februari 2021.

suatu perusahaan memperoleh seefisien mungkin, kedudukan yang paling akhir yang dapat mempertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.

Beberapa cara yang digunakan dalam strategi bisnis adalah sebagai berikut.

a. Menawarkan Harga yang Kompetitif.

Dari hasil wawancara diperoleh data bahwa harga kompetitif yang ditawarkan oleh Bank MAU Syariah adalah kelebihan dan kekurangan masing-masing produk seperti jumlah bagi hasil yang kompetitif dan waktu pengambilan. Berdasarkan data yang diperoleh tabungan wadiah memiliki kelebihan dapat diambil sewaktu-waktu akan tetapi memiliki kekurangan nisbah bagi hasil berupa bonus yang artinya tidak ditentukan berapa persen dari keuntungan yang didapat. Sedangkan tabungan mudharabah memiliki kekurangan tidak dapat diambil sewaktu-waktu akan tetapi nisbah bagi hasilnya lebih besar yaitu 30% keuntungan yang didapat dari pengelolaan dana tabungan tersebut.

Sedangkan penawaran harga kompetitif yang dilakukan Bank MAU Syariah jika dibandingkan dengan Bank lain yaitu penawaran nisbah bagi hasil yang bersaing dan waktu pengambilan dana tabungan sama. Akan tetapi berdasarkan wawancara ada beberapa strategi yang dilakukan oleh bank lain dan belum dilakukan oleh Bank MAU Syariah yaitu adanya hadiah langsung seperti payung, jam, dan lain-lain.

b. Jangan Menjatuhkan Pesaing.

Berdasarkan hasil wawancara, strategi yang digunakan bank MAU Syariah selama ini dilakukan dengan baik tanpa menjatuhkan produk bank lain hanya saja melakukan pelayanan yang lebih baik seperti jemput bola, melakukan grebeg pasar, dan memberikan edukasi tentang perbankan syariah kepada masyarakat.

c. Memberikan Pelayanan yang Baik untuk Memenangkan Persaingan Bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara disebutkan bahwa pihak marketing juga mendapat bantuan dari *customer service* dalam menjelaskan produk-produk Bank MAU Syariah kepada nasabah dan calon nasabah, memberikan pelayanan yang terbaik untuk para nasabah dan calon nasabah, membangun *relationship* atau relasi untuk merekomendasikan dan mempromosikan produk Bank MAU Syariah kepada teman atau kerabat mereka, serta *networking* atau membuat jaringan dengan mempromosikan dan mengenalkan produk Bank MAU Syariah di grup, sosial media, lembaga-lembaga dan lain sebagainya.

d. Perluas Target Pasar

Berdasarkan hasil wawancara dikatakan bahwa pada awalnya strategi jemput bola Bank MAU Syariah dilakukan di pasar-pasar seperti pasar tugu dan pasar bintang. Seiring bertambahnya tahun maka bertambah pangsa pasarnya dan target pemasarannya tidak hanya

pada pasar tugu dan pasar bintang saja tetapi merambah ke pasar-pasar lain yang artinya target pemasarannya semakin luas.

e. Melakukan Promosi yang Tepat.

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa strategi bisnis yang dilakukan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung adalah dengan jemput bola serta melakukan pelayanan prima kepada nasabah yang datang ke Bank MAU Syariah. Jemput bola/*door to door* dilakukan sejak dari awal operasional bank MAU Syariah hingga sampai saat ini.

Berdasarkan dari teori dan hasil wawancara yang diperoleh, maka peneliti dapat mengatakan bahwa strategi bisnis yang dilakukan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sudah memenuhi beberapa cara yang digunakan dalam strategi bisnis berdasarkan teori diatas, yaitu memberikan pelayanan yang baik dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dengan melakukan pelayanan yang baik kepada semua nasabah; memperluas target pasar dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dengan memperluas pangsa pasar yang sebelumnya hana melakukan jemput bola di pasar tugu dan bintang saat ini semakin diperluas ke pasar-pasar yang lain, membangun *relationship* atau relasi, dan *networking*. Akan tetapi cara-cara strategi bisnis dalam teori belum semua diterapkan menawarkan harga yang kompetitif, jangan menjatuhkan pesaing, dan melakukan promosi yang tepat. karena jika semua dilakukan tentunya upaya peningkatan jumlah nasabah dalam menghadapi

persaingan bisnis lebih mudah karena ditambah dengan adanya penawaran harga yang kompetitif dan juga melakukan promosi yang tepat.

Tiga bentuk dasar strategi bisnis adalah:

- a. Diferensial berusaha membangun dan mempertahankan citra (baik nyata maupun hanya anggapan)
- b. Kepemimpinan biaya penuh yang berfokus pada pencapaian prosedur operasi yang sangat efisien sehingga biayanya lebih rendah dibandingkan dengan para pesaingnya
- c. Fokus perusahaan membuat target atau tipe produk tertentu untuk kelompok pelanggan atau wilayah tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, strategi bisnis yang akan dilakukan Bank MAU Syariah yaitu mengembangkan produk tabungan mudharabah, melakukan grebeg pasar dan event-event tertentu seperti ketika adanya event yang dilakukan pada saat OJK menuntut Bank MAU Syariah untuk melakukan bulan edukasi pada oktober tahun 2020 lalu. Jadi pada event itu, ditugaskan setiap lembaga keuangan seperti Bank MAU Syariah ini untuk memperkenalkan kepada masyarakat baik di pasar kantor maupun ditempat lainnya impulsive dan edukasi tentang jasa keuangan syariah dan menargetkan nasabah baru. Selain itu, Bank MAU Syariah juga melakukan event memperkenalkan Bank MAU Syariah dengan membagikan brosur dan souvenir di jalan-jalan. Terkadang juga ada bantuan dari masyarakat yang menjadi nasabah Bank MAU Syariah dan mempromosikan kepada teman atau kerabatnya dari mulut ke mulut.

Berdasarkan dari teori dan wawancara yang telah peneliti lakukan, maka peneliti dapat mengatakan bahwa strategi yang dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung jika diklasifikasikan sesuai dengan teori diatas, maka PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sudah melakukan dua poin bentuk strategi bisnis yaitu diferensial berusaha membangun dan mempertahankan citra dengan cara membagikan brosur, dan souvenir mengenalkan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung kepada masyarakat luas. Serta fokus perusahaan membuat target atau tipe produk tertentu untuk kelompok pelanggan atau wilayah tertentu dengan cara memberikan edukasi berdasarkan target yang dituju sesuai dengan produk yang ditawarkan. Menurut peneliti hal ini sudah cukup baik, apalagi jika dilakukan secara berkelanjutan pasti akan lebih banyak masyarakat yang berminat menjadi nasabah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

2. Persaingan Bisnis

Persaingan menurut kamus bahasa Indonesia berasal dari saing yang artinya berlomba saling mengungguli. Persaingan bisnis merupakan suatu proses sosial dimana perorangan atau lebih berusaha mengalahkan pihak lain tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan, dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan.

Di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung ini, tabungan wadiah lebih diminati oleh nasabah. Ibu Gita selaku manajer operasional menjelaskan hal ini terjadi karena tabungan wadiah sudah lebih lama

daripada tabungan mudharabah. Selain itu tabungan wadiah lebih mudah pencairannya bisa dilakukan sewaktu-waktu. Sedangkan tabungan mudharabah memiliki beberapa peraturan sehingga pencairannya hanya bisa dilakukan ketika sudah memenuhi aturan-aturan tersebut. Sehingga lebih banyak nasabah yang memilih tabungan wadiah karena tabungannya dapat dilakukan sewaktu-waktu, Setiap nasabah yang melakukan pembiayaan di Bank MAU Syariah juga wajib membuka rekening tabungan wadiah sehingga hal ini yang membuat nasabah tabungan wadiah jauh lebih banyak dari pada tabungan mudharabah. Sedangkan untuk tabungan mudharabah hanya dilakukan untuk kepentingan tertentu seperti untuk sekolah, Qurban, Umrah dan lain-lain yang pencairannya hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu tergantung perjanjian jatuh temponya.

Berdasarkan dari informasi yang diperoleh dari narasumber maka persaingan bisnis yang terjadi dalam penelitian ini berkaitan dengan produk yang ada di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yaitu antara tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Tabungan wadiah lebih banyak peminatnya dibandingkan tabungan mudharabah. Persaingan dalam kamus bahasa Indonesia berasal dari saing yang artinya berlomba saling mengungguli, hal ini sesuai dengan apa yang ada dilapangan bahwasannya antara produk tabungan wadiah dan tabungan mudharabah terjadi persaingan dimana tabungan wadiah lebih unggul dari pada tabungan mudharabah.

Selain strategi bisnis dan persaingan bisnis yang dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, berdasarkan hasil wawancara peneliti menemukan beberapa kendala yang dihadapi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah yaitu, pada dasarnya kendala yang dihadapi biasanya itu ibu-ibu ketika ditawarkan untuk menabung minta bonusnya apa gitu seperti misalnya dapat payung, jam, dan lain-lain karena pada dasarnya orang menabung itu selain agar uangnya aman juga karena bonus yang didapatkan juga selain itu kendala yang dihadapi adalah persaingan margin bagi hasil atau bonus. Dari hasil wawancara tersebut maka peneliti dapat mengatakan bahwa masyarakat lebih tertarik dengan bonus yang akan didapat jika dia menjadi nasabah, oleh karena itu persaingan harga yang kompetitif harus dipertimbangkan agar dapat memberikan yang lebih baik dengan mempertimbangkan risiko dan dampak yang terjadi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah, beberapa nasabah yang diwawancarai ada yang mengetahui produk yang mereka pakai ada juga yang tidak mengetahui. Ibu Vivi, ibu Isti, dan ibu Dian sudah paham bahwasannya tabungan wadiah adalah titipan, artinya dana yang ditiptkan di bank dapat diambil sewaktu-waktu sedangkan ibu Ulfa, bapak Fajri, ibu Melati, bapak Wahyudi, dan ibu Endang tidak paham dengan produk tabungan wadiah. Ibu Ira dan pak Danu mengatakan bahwa tabungan mudharabah adalah bagi hasil yang dilakukan antara bank dan nasabah, mereka juga mengetahui bahwa dalam tabungan mudharabah dana

tabungan tidak dapat diambil sewaktu-waktu melainkan sesuai dengan waktu jatuh temponya. Akan tetapi, semua nasabah yang telah peneliti wawancarai menyatakan bahwa mereka semua puas menjadi nasabah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

Dari wawancara diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa belum semua nasabah mengetahui tentang produk yang mereka gunakan. Oleh karena itu, pihak bank harus lebih giat memberikan edukasi kepada masyarakat agar calon nasabah lebih mengetahui produk-produk perbankan dan apa saja keuntungan dari produk tersebut.

Berdasarkan dari hasil analisis diatas, maka secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa persaingan produk yang ada di Bank MAU Syariah adalah persaingan antara produk tabungan wadiah dan produk tabungan mudharabah dengan data 2771 nasabah tabungan wadiah di tahun 2019 sedangkan nasabah tabungan mudharabah hanya berjumlah 27 nasabah. Dalam hal ini Bank MAU Syariah meningkatkan upaya strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan mudharabah.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa strategi yang digunakan Bank MAU Syariah adalah dengan mempromosikan produk, meningkatkan pangsa pasar, memberikan harga yang kompetitif untuk meningkatkan minat nasabah serta membangun kerjasama dalam meningkatkan promosi yang dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dan dikaitkan dengan teori yang ada, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi bisnis yang dilakukan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan dalam menghadapi persaingan bisnis dengan memberikan harga yang kompetitif; memperluas target pasar dengan memperluas pangsa pasar yang sebelumnya semakin diperluas ke pasar-pasar yang lain, membangun *relationship* atau relasi, dan *networking*.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan kepada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung adalah pihak bank harus lebih giat dalam meningkatkan jumlah nasabah seperti melakukan pelayanan yang lebih baik, memperluas pangsa pasar, memberikan edukasi kepada banyak lapisan masyarakat, membangun kerja sama dan jaringan lebih seperti lembaga pendidikan lembaga masyarakat dan lain sebagainya agar calon nasabah lebih mengetahui produk-produk perbankan dan apa saja keuntungan dari produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adini dan Aditya. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Surabaya: Prima Media, 2002.
- Al Arif, M. Nur Riyanto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV. Alfabeta, 2012.
- Alfaqih, Abdurrahman. "Prinsip-prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi Pelaku Usaha Muslim", dalam *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*. No. 3 Vol. 24 Juli 2017.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Jakarta: Alfabeta, 2009.
- Anaroga, Panji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jogyakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Assauri, Sofwan. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Bandung: RajaGrafindo Persada, 2010.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Sosial Dan Ekonom: Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi Kebijakan Publik. Komunikasi. Manajemen Dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo, 2005.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Penelitian Research*. Yogyakarta: Yayasan Penertiban Fakultas Psikologi UGM, 1984.
- Ibrahim, Yocab. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT. Asdi Mahastya, 2003.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Grafindo persada, 2002.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004.
- Muslich. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2004.

- Narbuko, Cholid dan Abu Ahmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012.
- Pedoman Penulisan Skripsi Mahasiswa IAIN Metro Tahun 2018
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Rus Media, 2011.
- Reksohadiprodo, Sukanto. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: BEFE, 1987.
- Sucipta, Agus. *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif Dan Studi Kasus*. Malang: Maliki Press 2011.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet, 2010.
- Tantri, Farancis. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press, 2009.
- Tunggal, Amin Widjaja. *Manajemen Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Rineka Cipta 2002.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Yasyin, Sulchan. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amanah, 1997.
- Yusanto, Ismail & M. Karebet W. *Menggagas Bisnis Islam* Jakarta: Gema Insani Pres 2002.
- Zulfajri, Em dan Ratu Aprilia Senja. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: Difa Publisher, 2007.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 2854/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

17 Oktober 2019

Kepada Yth:

1. Drs. H. M. Saleh, M.A.
 2. Zumaroh, M.E.Sy.
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : lisnaini Rahmawati
NPM : 1502100060
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Strategi PT BPRS Mitra Agro Usaha Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis
(Studi Kasus Pada PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)

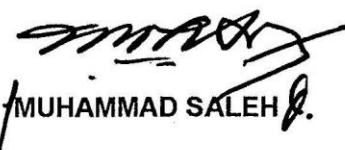
Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan


MUHAMMAD SALEH

OUTLINE

STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB 1 PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relavan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Bisnis
 - 1. Pengertian Strategi Bisnis
 - 2. Cara Menghadapi Persaingan Bisnis
 - 3. Bentuk-Bentuk Strategi Bisnis

B. Persaingan Bisnis

1. Pengertian Persaingan Bisnis
2. Macam-Macam Persaingan Bisnis
3. Bentuk-Bentuk Persaingan Bisnis
4. Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHAS

- A. Sejarah Singkat PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung
- B. Straregi Bisnis dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis
- C. Analisis Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Desember 2020
Mahasiswa Ybs.



Iis Naini Rahmawati
NPM. 1502100060

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Drs. H. M. Saleh, M.A
NIP.19650111 199303 1 001



Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy
NIP.19790422 200604 2 002

ALAT PENGUMPULAN DATA(ADP)
STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PADA PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS

1. Wawancara kepada Manager PT Bprs Mitra Agro Usaha Bandar Lampung
 - a. Bagaimana terbentuknya bank MAU Syariah Bandar Lampung?
 - b. Apa visi dan misi Bprs MAU Syariah Bandar Lampung?
 - c. Bagaimana deskripsi persaingan produk pada Bprs MAU Syariah Bandar Lampung?
 - d. Bagaimana Strategi bisnis yang dilakukan Bprs MAU Syraiah Banadar Lamung dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan?
 - e. Apa bentuk-bentuk strategi Bprs bisnis yang ada di Bprs MAU Syariah Bandar Lampung?
2. Wawancara kepada Marketing PT Bprs Mitra Agro Usaha Bandar Lampung
 - a. Strategi apa yang dilakukan marketing dalam memenangkan persaingan bisnis?
 - b. Apa kendala yang dihadapi oleh marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah?
 - c. Apa yang dilakukan marketing dilapangan saat memasarkan produk tabungan dan seperti apa hasilnya?
3. Wawancara kepada nasabah Tabungan wadiah dan mudharabah
 - a. Sejak kapan anda menjadi nasabah tabungan di Bprs MAU Syariah Bandar Lampung?
 - b. Apakah anda mengerti dengan menabung menggunakan akad wadiah/mudharabah?
 - c. Mengapa anda memilih produk tabungan wadiah/mudharabah?
 - d. Keuntungan apa yang anda dapatkan setelah menabung dengan produk wadiah/mudharabah?
 - e. Apakah anda puas menabung dengan akad wadiah/mudharabah?

4. Dokumentasi

- a. Dokumentasi tentang sejarah, visi dan misi Bprs MAU Syariah Bandar Lampung?
- b. Dokumentasi struktur organisasi Bprs MAU Syariah Bandar Lampung?
- c. Brosur tentang produk -produk Bprs MAU Syariah Bandar Lampung?

Metro, Januari 2021

Mahasiswa Ybs.



Iis Naini Rahmawati

NPM. 1502100060

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Drs. H. M. Saleh, M.A

NIP.19650111 199303 1 001



Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy

NIP.19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0477/In.28/D.1/TL.00/01/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
DIREKTUR PT. BPRS MITRA
AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0476/In.28/D.1/TL.01/01/2021,
tanggal 29 Januari 2021 atas nama saudara:

Nama : **IISNAINI RAHMAWATI**
NPM : 1502100060
Semester : 12 (Dua Belas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN DI PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 Januari 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0476/In.28/D.1/TL.01/01/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:


Nama : **IISNAINI RAHMAWATI**
NPM : 1502100060
Semester : 12 (Dua Belas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN DI PT. BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 29 Januari 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Agribia Gita Pratiwi

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-295/In.28/S/U.1/OT.01/04/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa ;

Nama : IIS NAINI RAHMAWATI
NPM : 1502100060
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1502100060

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 23 April 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S.Ag., S.Hum.M.H.
NIP. 197505052001121002



Bandar Lampung, 3 Februari 2021
21 Jumadil Akhir 1441 H

Nomor : 010/mau-S/um/II/2021
Lampiran : -
Perihal : Kesediaan Memberikan Izin Survey/Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Tmur
Kota Metro, Lampung

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-NYA kepada kita semua agar diberi kesehatan dan kesuksesan dalam menjalankan aktivitas keseharian. Aamiin

Menindaklanjuti surat saudara nomor : 0476/In.28/D.1TL.01/01/2021 tanggal 29 Januari 2021 perihal Izin Research di BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, dengan ini kami sampaikan bahwa kami tidak keberatan untuk memberikan izin penelitian kepada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro dengan data sebagai berikut :

Nama : lisnaini Rahmawati
NPM : 1502100060
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis.

Lokasi Penelitian : BPRS Mitra Agro Usaha

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya selama ini kami ucapkan terima kasih.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

PT BPRS MITRA AGRO USAHA

Direksi



Sri Sumarti

Direktur



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Iis Naini Rahmawati** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100060 Semester / TA : XII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 14/6/ 2021.	✓	✓ Aee untuk di mana jasyalka ✓ Siapa saja se- satunya.	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Drs. H. M. Saleh, M.A
NIP. 19650111 199303 1 001

Iis Naini Rahmawati
NPM. 1502100060



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Iis Naini Rahmawati **Jurusan/Prodi** : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/SI PBS (Perbankan Syariah)
NPM : 1502100060 **Semester/TA** : XII/2020/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	20-05-2021	- Acc bab IV-V, lanjutkan konsultasi ke pembimbing 1	

Dosen PembimbingII

Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy
NIP.197904222006042 002

Mahasiswa ybs,

Iis Naini Rahmawati
NPM. 1502100060

FOTO DOKUMENTASI











PT. BPRS MITRA AGRO USAHA

MISBAH BAGI HASIL NASABAH :

1. TABUNGAN MADIAH	: BONUS EQ 5 %
2. TABUNGAN MUDHARABAH	: MISBAH 30 : 70
3. DEPOSITO MUDHARABAH	: MISBAH
1 BLN	30 : 70
3 BLN	35 : 65
6 BLN	40 : 60
12 BLN	45 : 55

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Iis Naini Rahmawati dilahirkan di Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah, pada tanggal 08 Maret 1997, anak kedua dari pasangan Bapak Ismail dengan Ibu Suminah.

Pendidikan peneliti tempuh pada jenjang pendidikan dasar di SD Negeri 3 Sidomulyo selesai pada tahun 2009. Lalu dilanjutkan pada pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Punggur, selesai pada tahun 2012. Sedangkan pendidikan menengah atas peneliti tempuh di SMA Negeri 1 Punggur, selesai pada tahun 2015. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2016/2017, yang kemudian pada Tahun 2017, STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, sehingga Program Studi S1 Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam berubah menjadi Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.