SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

(Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur)

Disusun Oleh:
RIZKY FACHRUL ROZI
NPM. 1602100182

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1444 H/2022 M

STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

(Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur)

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

Oleh:

RIZKY FACHRUL ROZI
NPM. 1602100182

Pembimbing : AULIA RANNY PRIYATNA, M.E.Sy.

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1444 H/2022 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunakosyahkan

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama	:	Rizky Fachrul Rozi
NPM	:	1602100182
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	Perbankan Syari'ah
Judul	:	**STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantos Kas Purbolinggo Lampung Timur)**

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

Demikianlah harapan saya dan atas perhatiannya, saya ucapkan terimakasih.

WassalamuʼalaikumWr.Wb.

Metro, 21 Juni 2022
Pembimbing,

Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy
NIDN. 2016068401

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal	: **STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantos Kas Purbolinggo Lampung Timur)**
Nama	: Rizky Fachrul Rozi
NPM	: 1602100182
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Perbankan Syari'ah

MENYETUJUI

Sudah dapat saya setujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 21 Juni 2022
Pembimbing,

Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy
NIDN. 2016068401

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id;E-mail:iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-3052/In.28.3/D/PP.00.9/09/2022

Skripsi dengan Judul "STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur), Disusun oleh RIZKY FACHRUL ROZI, NPM. 1602100182, Jurusan : S1 Perbankan Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal Senin, 11 Juli 2022.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator	: Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy	(.....)
Penguji I	: Suci Hayati, M.S.I	(.....)
Penguji II	: David Ahmat Yani, M.M	(.....)
Sekretaris	: Nur Syamsiyah, M.E	(.....)

PANITIA MUNAQOSAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN METRO

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
(Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur)

Perkembangan keuangan yang pesat dan ditambah dengan banyaknya lembaga keuangan di Indonesia menyebabkan munculnya persaingan antar lembaga keuangan. Lembaga keuangan harus memiliki cara tersendiri untuk menarik minat nasabahnya, yaitu dengan merancang strategi pemasaran. Bank Syariah dari segi produk lebih unggul dibandingkan dengan BMT. Tetapi, untuk di pedesaan BMT lebih unggul peminatnya. Dalam penelitian ini, peneliti tengah meneliti satu-satunya Bank Syariah di daerah Purbolinggo, Lampung Timur. Peneliti lebih memfokuskan pada desa yang menjadi pusat perekonomian di Purbolinggo, yaitu Desa Tanjung Inten. Dalam radius kurang lebih 600 meter dari pusat perbelanjaan, daerah tersebut terdapat satu Bank Syariah, yaitu BPRS Aman Syariah dan dua BMT yang masih aktif, yaitu BMT Assyafi'iyah dan BMT Baskara Asri Sejati. BPRS Aman Syariah masihlah tergolong baru jika dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya. Sehingga belum dikenali oleh masyarakat di daerah tersebut. Hal itulah yang menjadi faktor sulitnya bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya di daerah tersebut.

Jenis penelitian yang penelitu gunakan adalah penelitian lapangan, yang bersifat deskriptif kualitatif. Kemudian sumberdata primernya adalah wawancara dengan Direktur, Kepala Kas, Karyawan bagian Pembiayaan dan Nasabah BPRS Aman Syariah. Lalu sumber data sekundernya peneliti kumpulkan dari berbagai buku serta dokumen-dokumen yang tersedia baik secara online maupun offline.

Berdasarkan hasil penelitian Strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo adalah market mix/bauran pemasaran yang terdiri terdiri dari 7P yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence*. Produk (*product*) BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo menawarkan berbagai banyak produk yang dibutuhkan oleh nasabah dan calon nasabah. Tempat (*place*) dimana BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo bertempat di pusat perekonomian di daerah tersebut. Melalukan kegiatan promosi (*promotion*) yaitu mendatangi tokoh-tokoh masyarakat dan organisasi di sekitar kantor serta menyebarkan brosur, .Harga (*price*) lebih unggul dari lembaga keuangan syariah lainnya, karena tidak memberikan biaya administrasi, namun terdapat kendala pada Sumber Daya Manusia atau orang (*people*) karena kekurangan karyawan. Dari segi proses (*process*) BPRS Aman Syariah selalu mengutamakan kepuasan nasabah dengan memberikan produk yang dibutuhkan yang bahkan tidak disediakan, tetapi atas perizinan Dewan Pengawas Syariah. Bukti fisik (*physical evidence)* mendesain bangunan semenarik mungkin agar membat nasabah dan calon nasabah nyaman.

Kata kunci: Strategi, Bisnis, Lembaga Keuangan Syariah (LKS)

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizky Fachrul Rozi

NPM : 1602100182

Jurusan : Perbankan Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara kseuruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentuyang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 21 Juni 2022

Yang Menyatakan,

Rizky Fachrul Rozi

NPM. 1602100182

MOTTO

وَلِكُلٍّ وِجۡهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَاۖ فَٱسۡتَبِقُواْ ٱلۡخَيۡرَٰتِۚ أَيۡنَ مَا تَكُونُواْ يَأۡتِ بِكُمُ ٱللَّهُ جَمِيعًاۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيۡءٖ قَدِيرٞ ١٤٨

Artinya: "*Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu*" (Al-Baqarah: 148).

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tidak henti-hentinya saya ucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia serta kemudahan yang telah Engkau berikan kepada peneliti sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Kupersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasihku yang tulus kepada:

1. Bapak dan Mamakku Karmanto dan Mursilah, Terima kasih atas seluruh kasih sayang, ilmu, dukungan serta doa yang telah diberikan sehingga menjadikanku laki-laki yang mandiri dan insya Allah dapat membanggakan kalian.
2. Kedua Kakakku Rahma Wahidda Yanti dan Fatma Maulidda Aini yang senantiasa memberikan senyum, dukungan serta do'anya.
3. Sahabat-sahabatku Yoga, Samtidar, Zul, Fakhri yang selalu memberikan bantuan, semangat serta menghiburku ketika aku penat mengerjakan skripsi.
4. Saudara saya Maktuo Ijum, Mbak Maya dan Kak Fahmi yang selalu membantu disaat saya kesusahan.
5. Teman-teman S1 Perbankan Syariah Angkatan 2016 Terima kasih sudah mendukung penyusunan skripsi ini dan telah membantu membentuk karakter dan mewarnai aktivitas perkuliahanku.
6. Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
7. Serta semua pihak yang telah memberikan dukungannya selama ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur). Sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Dalam upaya penyelesaian penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro Lampung.
2. Bapak Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, SE, M.M selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
6. Semua pihak yang telah memberikan motivasi dalam penyusunan proposal ini.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif unuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Pada akhirnya peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang Perbankan Syariah.

Metro, 21 Juni 2022
Peneliti,

Rizky Fachrul Rozi
NPM. 1602100182

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
NOTA DINAS ..... **iii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
ORISINILITAS PENELITIAN ..... **vii**
MOTTO ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penilitian 4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 4
D. Penelitian Relevan 5

BAB II LANDASAN TEORI
A. Strategi Pemasaran 9
1. Pengertian Strategi Pemasaran 9
2. Bauran Pemasaran (*Market Mix)* 11
B. Persaingan Bisnis 14
1. Pengertian Persaingan Bisnis 14
2. Jenis-jenis Persaingan 15
3. Aspek-aspek Untuk Memenangkan Persaingan 15

C. Persaingan Bisnis Dalam Islam 17
1. Dalil Tentang Persaingan Bisnis Dalam Islam..... 17
2. Prinsip-Prinsip Persaingan Bisnis Dalam Islam..... 18
3. Persaingan Bisnis Dalam Islam 18

BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis dan Sifat Penelitian 20
B. Sumber Data 21
C. Teknik Pengumpulan Data 22
D. Teknik Analisis Data 24

BAB IV METODE PENELITIAN
A. Gambaran Umum BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur 25
B. Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo 29
C. Analisis Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo 34

BAB V METODE PENELITIAN
A. Kesimpulan 40
B. Saran..... 41

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1. Struktur Organisasi BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo 27

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Pra Survey
2. Surat Balasan Research
3. Surat Izin Research
4. Surat Tugas
5. Surat Pembimbing Skripsi
6. Formulir Konsultasi Bimbingan
7. Outline
8. Alat Pengumpul Data
9. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan keuangan telah memengaruhi kondisi perekonomian di Indonesia. Di suatu Negara, lembaga keuangan mempunyai kedudukan yang lumayan penting dalam menjalankan perekonomian. Peran lembaga keuangan pun semakin dibutuhkan oleh masyarakat luas. Perkembangan yang pesat dan ditambah dengan banyaknya lembaga keuangan di Indonesia menyebabkan munculnya persaingan antar lembaga keuangan. Perkembangan tersebut ditandai dengan adanya berbagai macam produk, layanan dan teknologi yang semakin modern. Maka, setiap lembaga keuangan pun harus selalu berinovasi dalam mengembangkan produk serta layanannya agar dapat bersaing di pasaran.

Bank syariah ialah suatu bank dengan sistem pengoperasian sesuai dengan prinsip islam. Indonesia yang kebanyakan masyarakatnya pemeluk agama islam, sangat menginginkan kehadiran sistem lembaga keuangan yang sesuai tuntutan moralitasnya. Yang dimaksud adalah sistem perbankan yang pengoperasiannya sesuai dengan syariat Islam.[1]

Bank yang sesuai syariat Islam di Indonesia masihlah baru, yaitu pada awal tahun 1990-an. Bank syariah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja

---

[1] Muhammad Firdaus, Dkk, *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*, (Jakarta, Reinasan, 2007), 18.

tim perbankan MUI, yaitu dengan terbentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani pada tanggal 1 November 1991.[2] Dengan berdirinya Bank Muamalat, bank-bank syariah lainnya pun ikut berdiri dan juga diikuti dengan berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), Koperasi Syariah serta Unit Usaha Syariah (UUS).

Lembaga keuangan di Indonesia semakin banyak dapat memicu persaingan antar lembaga keuangan. Dalam segi sasaran, Bank Syariah mempunyai peluang yang besar. Tetapi, peluang tersebut belumlah maksimal, apabila bank syariah berdiri di pedesaan. Masyarakat khususnya di pedesaan cenderung lebih memilih produk dan jasa layanan dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Oleh sebab itu, dibutuhkan perencanaan suatu strategi yang efektif agar dapat memenangkan persaingan tersebut.

Lembaga keuangan harusnya memiliki cara tersendiri untuk menarik minat masyarakat serta mempertahankan nasabahnya, yaitu dengan merancang strategi pemasaran. Lembaga keuangan harus menerapkan strategi pemasaran yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran haruslah ditentukan berdasarkan pada internal dan eksternal lembaga keuangan tersebut.

Bank Syariah dari segi produk lebih unggul dibandingkan dengan BMT. Bank Syariah memberikan produk dan jasa layanan lebih banyak dari BMT. Akan tetapi, untuk di pedesaan BMT lebih unggul peminatnya. Dalam penelitian ini, peneliti tengah meneliti Bank Syariah dan BMT di daerah

---

[2] Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Revisi 2014 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 165

Purbolinggo, Lampung Timur. Peneliti lebih memfokuskan pada daerah yang menjadi pusat perekonomian di Purbolinggo, yaitu Desa Tanjung Inten. Dalam radius kurang lebih 600 meter dari pusat perbelanjaan, daerah tersebut terdapat satu Bank Syariah, yaitu BPRS Aman Syariah dan dua BMT yang masih aktif, yaitu BMT Assyafi'iyah dan BMT Baskara Asri Sejati.

BPRS Aman Syariah masih tergolong baru di daerah Purbolinggo dibandingkan dengan BMT. Yakni baru berdiri pada tahun 2019[3]. Oleh karena itu, BPRS Aman Syariah masih memerlukan nama agar dikenal oleh masyarakat di daerah tersebut. Berbanding jauh dengan BMT yang sudah berdiri lebih awal. Hal tersebut dapat menjadi faktor sulitnya bersaing dengan BMT di Purbolinggo. Terlebih lagi, masyarakat pedesaan di daerah Purbolinggo masih awam dengan Bank Syariah. Bahkan, peneliti pernah bertanya kepada Ibu dan tetangga di sekitar rumah peneliti tentang keberadaan BPRS Aman Syariah, dan rata-rata dari mereka tidak mengetahui kalau ada Bank Syariah yang berdiri di daerah tersebut. Mayoritas masyarakat juga lebih memilih BMT karena mereka beranggapan bahwa prosedur dan persyaratan dalam pemijaman uang di BMT lebih mudah dan pencairan uangnya pun lebih cepat. Sehingga, mereka lebih memilih produk dan jasa dari BMT.

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang tersebut, maka peneliti ingin mengupas lebih jauh mengenai strategi pemasaran yang digunakan BPRS Aman Syariah dalam persaingan bisnis antar lembaga keuangan syariah, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

[3] Bapak Sugianto, selaku direktur utama BPRS Aman Syariah, *Wawancara*, pada tanggal 12 Desember 2020, Pukul 12:27

“Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur)”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan mengenai permasalahan tersebut, sehingga timbul pertanyaan yaitu Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh BPRS Aman Syariah dalam persaingan bisnis dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang lebih diminati masyarakat di desa Tanjung Inten Kecamatan Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengupas lebih jauh mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Aman Syariah dalam persaingan bisnis dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang sudah berdiri lebih dahulu serta lebih diminati oleh masyarakat di desa Tanjung Inten Kecamatan Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Bertujuan untuk menambah pengetahuan yang berkenaan dengan strategi pemasaran dalam persaingan antar perusahaan bisnis yang dapat diterapkan sebagai upaya meningkatkan daya saing.

b. Secara Praktis

Bertujuan agar dapat berguna serta menambah pengetahuan bagi pembaca dan menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya tentang strategi pemasaran dalam perbankan. Serta bisa juga digunakan menjadi bahan masukan oleh pihak BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam penentuan strategi pemasaran.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang penjabaran secara sistematis tentang hasil penelitian yang terdahulu (*Prior Research*) tentang persoalan yang akan dikaji dengan tugas akhir. Peneliti mengemukakan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya.[4] Berdasarkan pencarian pustaka, peneliti mendapatkan beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang sedang peneliti teliti. Adalah sebagai berikut:

Penelitian tentang strategi pemasaran yang telah diteliti oleh Eka Yuniarti mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, penelitian tersebut berjudul Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan *Market Share* Pada BPRS Metro Madani. Dalam penelitian tersebut, menjelaskan bahwa setiap usaha atau bisnis haruslah memenuhi aspek pasaran dan pemasaran yang bermaksud untuk menguji dan menilai sejauh apa pemasaran dari produk yang dihasilkan dapat mendukung serta mengembangkan usaha atau bisnis yang dijalankan. Dalam penelitian tersebut

[4] Zuhairi, pedoman penulisan karya ilmiah, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 39

juga dijelaskan bahwa penentuan strategi pemasaran harus sesuai dengan kondisi lingkungan pemasaran disuatu perusahaan. Dijelaskan juga bahwa strategi pemasaran bertujuan memberikan arahan kepada perusahaan-perusahaan dari waktu ke waktu, dan yang terpenting sebagai acuan bagi usaha atau bisnis untuk menghadapi perubahan keadaan persaingan dan lingkungan.[5] Perbedaan penelitian milik Eka Yuniarti dan milik peneliti adalah penelitian milik Eka Yuniarti menggunakan strategi pemasaran untuk meningkatkan *Market Share*, sedangkan milik peneliti digunakan untuk persaingan antar lembaga keuangan. Persamaannya terdapat pada tujuan penggunaan strategi pemasaran, yaitu memberikan arahan bagi perusahaan untuk menghadapi perubahan keadaan persaingan dan lingkungan.

Penelitian tentang strategi pemasaran yang telah diteliti oleh Ridha Rusyda Marhan mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, penelitian tersebut berjudul Strategi Pemasaran Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gresik dan PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabanng Sidoarjo. Dalam penelitian tersebut menjelaskan mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh 2 bank. Yaitu Bank BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Ridha Rusyda Marhan menjelaskan strategi pemasaran dari perspektif islam. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa islam adalah agama yang memberikan rencana yang dapat terlaksana dengan rangsangan dan bimbingan. Demi mencapai tujuan yang diinginkan, perencanaan tersebut haruslah memanfaatkan karunia dari Allah

[5] Eka Yuniarti, *Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Market Share Pada BPRS Metro Madani*, (Metro, IAIN METRO, 2018)

SWT. Perencanaan tersebut meliputi pemanfaatan sumber daya yang disediakan oleh Allah SWT dengan sebaik-baiknya demi kehidupan yang lebih baik. Dengan al-Qur'an dan Sunnah Nabi sebagai sumber hukum dalam Islam yang mengandung nilai-nilai dasar dalam berbisnis yang mendatangkan keberkahan.[6] Perbedaan penelitian milik Ridha Rusyda Marhan dengan peneliti adalah penelitian milik Ridha Rusyda Marhan menjelaskan strategi pemasaran antara lembaga keuangan konvensional dengan lembaga keuangan syariah, sedangkan milik peneliti menjelaskan strategi pemasaran antar sesama lembaga keuangan syariah. Persamaannya adalah menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dengan ajaran dalam Islam.

Penelitian tetentang strategi pemasaran yang telah diteliti oleh Rizal Nur Aziz mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, penelitian tersebut berjudul Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan BNI Syariah Kantor Cabang Bumi Serpong Damai. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa perbankan yang berbasis syariah tidak hanya memiliki pesaing atau kompetitor bank lokal saja, bank asing pun mulai merambah pada konsep syariah. Bank syariah lokal dituntut harus memanfaatkan teknologi dalam pelayanan jasanya.[7]

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, terdapat persamaan mengenai pembahasan tentang strategi pemasaran. Namun yang menjadi perbedaan dalam penelitian tersebut yaitu dalam penelitian pertama strategi pemasaran

---

[6] Ridha Rusyda Marhan, *Strategi Pemasaran Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gresik dan PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabanng Sidoarjo*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018).

[7] Rizal Nur Aziz, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan BNI Kantor Cabang Bumi Serpong Damai*, (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2016)

digunakan untuk meningkatkan *market share* dan penelitian kedua strategi pemasaran yang sesuai dengan perspektif Islam digunakan pada persaingan antara 2 bank syariah**.** Sedangkan penelitian milik peneliti lebih berfokus pada strategi pemasaran yang digunakan dalam persaingan antara BPRS dan lembaga keuangan mikro yaitu BMT, dimana BMT lebih diminati masyarakat di pedesaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran ialah rangkaian usaha yang direncanakan demi menyampai pada tujuan tertentu dengan cara mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang, merencanakan bauran pemasaran yang tepat, memilih target pasar, dan menganalisa segmen pasar.[1]

Strategi pemasaran ialah serangkaian cara yang menjabarkan perkembangan perusahaan tentang pengaruh dari beragam program atau aktivitas pemasaran yang berhubungan dengan permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.[2]

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan dengan erat, yakni:

a. Pasar target/sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen, yang merupakan "sasaran" perusahaan.

---

[1] Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta Pusat: PT. Gamedia Pustaka Utama, 2015), 219

[2] Fandy Tjipto & Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategi 2*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), 193

b. Bauran pemasaran (Marketing Mix), yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar sasaran merupakan suatu sasaran yang dituju, sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut.[3]

Pemasaran mempunyai elemen-elemen yang penting yang terdiri dari *strategy, tactic,* dan *value*. Strategi meliputi segmentasi (*segmentation),* penentuan target (*targeting*), dan pemosisian diri (*positioning*). Taktik yang dilakukan harus mencakup diferensiasi (*differentiation*), bauran pemasaran (*market mix*), dan penjualan (*selling*). Sedangkan untuk ruang lingkup *value* adalah merek (*brand*), layanan (*service*), dan proses (*process*).[4]

Dari uraian tersebut, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran ialah sesuatu yang sangat penting dalam menjalankan usaha atau bisnis. Karena, dengan stretegi pemasaran suatu usaha atau bisnis dapat merancang kegiatan-kegiatan jangka pendek dan jangka panjang yang bertujuan supaya usaha atau bisnis bisa lebih waspada dalam pengambilan keputusan dan dapat terus bersaing di pasaran.

---

[3] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis,* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), 230

[4] Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2015), 128.

2. Bauran Pemasaran (*Market Mix*)

Ialah percampuran beberapa variabel pemasaran yang ditetapkan oleh suatu perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh hasil yang maksimal dan untuk mencapai tingkat penjualan yang diharapkan dalam pasaran sasaran.[5]

a. *Product* (produk)

Produk dapat berupa barang atau jasa. Produk barang adalah produk yang berbentuk seperti kendaraan bermotor, alat elektronik, makanan dan lain-lain. Produk jasa adalah produk yang tidak nyata atau berbentuk tetapi dapat dirasakan manfaatnya. Produk dalam perbankan haruslah memperhatikan prosedur serta layanan yang sesuai dengan keinginan nasabah. Strategi yang harus dilakukan dalam pengembangkan produknya adalah:

1) Keputusan label.
2) Menciptakan merek.
3) Menentukan logo dan moto.
4) Menentukan kemasan.

b. *Price* (harga)

Penentuan harga dalam suatu usaha sangat penting dilakukan, karena harga dapat menentukan produk yang ditawarkan dapat diminati oleh konsumen atau tidak. Apabila salah dalam penentuan suatu harga, tuntu akan berdampak pada produk yang ditawarkan

[5] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 50.

tidak laku dipasaran. Apabila ada perbedaan harga dalam suatu produk di antara penjual pasti akan berdampak pada kondisi dipasaran. Oleh sebab itu perusahaan haruslah bijak dalam menentukan harga untuk produknya.

c. *Place* (tempat)

Penentuan lokasi perusahaan sangatlah penting, dengan tujuan agar konsumen dapat mudah menjangkau lokasi dari perusahaan tersebut. Yang perlu dicermati dalam memilih lokasi perusahaan yaitu:[6]

1) Tidak jauh dari lokasi industri.
2) Tidak jauh dari perumahan.
3) Tidak jauh dari pusat perbelanjaan.
4) Tidak jauh dari pusat pemerintahan.
5) Sarana dan prasarana (bandara, terminal, stasiun dan lain sebagainya).
6) Meninjau banyaknya kompetitor yang ada di lokasi tersebut.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi bertujuan agar para konsumen yang awalnya tidak kenal menjadi mengenali produk yang disediakan oleh suatu perusahaan. Ada beberapa jenis promosi, diantaranya:[7]

1) Promosi penjualan (*sales promotion*)
2) Penjualan pribadi (*personal selling*)

[6] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 230.
[7] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 230

3) Periklanan (*advertising*)

4) Publisitas (*publicity*)

e. *People* (orang)

Yang dimaksud dalam strategi ini adalah sumber daya manusia (SDM). *People* adalah orang yang ada di suatu perusahaan yang menciptakan, mengelola, dan menjual produk atau jasa dalam perusahaan tersebut. Dalam strategi ini pemimpin bertugas dalam pengambilan suatu putusan dan karyawan yang bertugas dalam meladeni konsumen. Karyawan-karyawan tersebut sebelumnya harus diberikan pelatihan dan pengarahan agar dapat melayani konsumen dengan sebaik-baiknya yang bermaksud untuk membuat para konsumen puas dengan layanan yang diberkan perusahaan tersebut.

f. *Process* (proses)

Strategi proses meliputi mekanisme, prosedur dan kegiatan perusahaan dalam pendistribusian produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Tujuan dari strategi ini ialah untuk memproduksi barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan para konsumen. Proses yang digunakan memiliki efek jangka panjang pada sistem produksi, tingkat harga di pasaran serta kualitas dari barang yang diproduksi oleh perusahaan.

g. *Physical evidence* (bukti fisik)

Yaitu ciri khas yang dimiliki perusahaan berupa simbol atau logo perusahaan dan fasilitas yang dimiliki perusahaan. Contoh bukti

fisik yang dimiiki perusaaan adalah transportasi yang dimiliki perusahaan dan gedung atau bangunan perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut terdapat 7 unsur (7P), unsur-unsur tersebut saling berkaitan satu sama lain. Unsur 7P ini terdiri atas bauran pemasaran tradisional 4P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). Untuk pemasaran jasa terdapat penambahan unsur 3P, yaitu *People* (orang), *Process* (proses) dan *Physical Evidence* (bukti fisik).

B. Persaingan Bisnis

1. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis ialah suatu istilah yang sering muncul dalam bermacam-macam literatur yang menjelaskan tentang aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang berarti kegiatan bersaing atau persaingan itu sendiri. Bisa disebut persaingan apabila suatu institusi atau perorangan bersaing demi tercapainya tujuan yang diharapkan seperti sumber daya yang diinginkan, konsumen, pangsa pasar, dan lain-lain.[8]

Persaingan usaha (Bisnis) juga terdapat pada UU No. 5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah rivalitas antara pelaku bisnis yang

[8] Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 86

berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik juga.[9]

2. Jenis-jenis Persaingan

Persaingan usaha (bisnis) terbagi menjadi 2, yaitu persaingan tidak sehat (*imperfect competition*) dan persaingan sehat (*perfect competition*).

a. Persaingan Sehat (*perfect competition*)

1) Menjamin kesejahteraan dan melindungi kepentingan konsumen.
2) Menjamin persaingan di pasar yang berhubungan dengan pencapaian efesiensi ekonomi di seluruh bidang kegiatan usaha.
3) Membuka peluang pasar dan menjaganya agar tidak terjadi monopoli ekonomi pada beberapa kelompok tertentu.

b. Persaingan Tidak Sehat (*imperfect competition*)

Persaingan dengan tujuan untuk menghalangi atau mencegah terjadinya persaingan. Persaingan seperti ini digunakan dengan maksud untuk menguasai pasaran, dengan cara mencegah adanya calon pesaing baru atau menyingkirkan pesaing-pesaing yang ada secara tidak wajar.[10]

3. Aspek-aspek Untuk Memenangkan Persaingan

Persaingan usaha (bisnis) terdapat aspek-aspek yang diperhatikan agar dapat memenangkan suatu persaingan, yaitu:

---

[9] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 27

[10] Muchlisin Riadi, "*Pengertian, Aspek dan Jenis-jenis Persaingan Usaha*," dalam kajianpustaka.com diunduh pada 2 Juni 2021.

a. Daya saing kualitas

Jasa atau produk yang ditawarkan haruslah memiliki kualitas yang bagus agar dapat menaikkan daya saing di pasaran.

b. Daya saing harga

Suatu perusahaan tidak akan memenangkan persaingan apabila produk atau jasa yang ditawarkan memiliki harga yang tinggi. Sehingga penentuan harga memberikan pengaruh besar terhadap penjualan disuatu perusahaan.

c. Daya saing marketing

Promosi adalah salah satu hal yang penting untuk memenangkan persaingan. Jika tidak melakukan promosi, jasa dan produk yang ditawarkan tidak akan dikenal oleh konsumen.

d. Daya saing jaringan kerja

Perusahaan akan lemah dan tidak mempunyai kekuatan dalam persaingan jika tidak mengadakan kerjasama dengan lembaga bisnis lainnya. Kerjasama ini bertujuan untuk meningkatkan sumber daya yang dimiliki dan untuk menghindari kekalahan dalam persaingan.[11]

[11] Muchlisin Riadi, "*Pengertian, Aspek dan Jenis-jenis Persaingan Usaha*," dalam kajianpustaka.com diunduh pada 2 Juni 2021.

C. Persaingan Bisnis Dalam Islam

1. Dalil Tentang Persaingan Bisnis Dalam Islam

Konsep persaingan bisnis tercantum dalam Al-Qur'an, Firman Allah SWT:

وَلِكُلٍّ وِجۡهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَاۖ فَٱسۡتَبِقُواْ ٱلۡخَيۡرَٰتِۚ أَيۡنَ مَا تَكُونُواْ يَأۡتِ بِكُمُ ٱللَّهُ جَمِيعًاۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيۡءٖ قَدِيرٞ ١٤٨

Artinya: "*Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu*" (Al-Baqarah: 148).[12]

Ayat tersebut menjabarkan tentang Allat SWT memerintahkan untuk berlomba dalam kebaikan. Berlomba-lomba dalam kebaikan tentu banyak jenisnya, salah satunya adalah dalam persaingan bisnis. Persiangan dalam bisnis dapat mendatangkan kebaikan apabila dilaksanakan demi kepentingan orang banyak dan juga dikerjakan dengan cara halal tanpa adanya kecurangan yang dapat merugikan pihak lain.

2. Persaingan Bisnis Dalam Islam

Persaingan dalam Islam merupakan kompetisii yang diperbolehkan. Persaingan secara Islam sebenarnya sama saja dengan persaingan bisnis pada umumnya, yang membedakan ialah persaingan bisnis secara islam haruslah tunduk serta patuh oleh ajaran dalam Al-

[12] Tim Departemen Agama RI, *Terjemah Tafsir Perkata*, (Bandung: Syaamil Al-Qur'an), 23

Qur'an serta As-Sunnah. Persaingan bisnis yang buruk tentu akan menimbulkan kerugian bagi sebagian pihak. Menghalalkan segala cara demi memenangkan persaingan bukanlah sesuatu yang diajarkan dalam Islam. Hal ini bahkan sangat dilarang karena melanggar ajaran dalam Islam.

3. Prinsip-Prinsip Persaingan Bisnis Dalam Islam

Berbuat dzolim kepada orang lain merupakan sesuatu yang dilarang dalam Agama Islam. Oleh sebab itu, dalam Islam terdapat prinsip-prinsip dasar yang wajib ditaati oleh seseorang dalam mengelola bisnisnya, diantaranya:

a. Persaingan dalam bisnis haruslah persaingan yang sehat.
b. Jujur dalam menjalankan usaha atau bisnisnya.
c. Mencari rezeki yang halal.
d. Bisnis yang dikelola jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan.
e. Memberikan amanah kepada ahlinya.[13]

Ada beberapa prinsip yang wajib dilakukan dalam bertransaksi secara syariah, yaitu: bebas manipulasi (*Ghoror*), aman/tidak membahayakan (*Mudharat*), bebas riba, saling ridha (*'An Taradhin*), tanpa praktik monopoli dan menimbun (*Ihtikar*), dan *halalan thayyiban*.[14]

[13] Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," Jurnal Ilmu Ekonomi Vol. 6 No. 1 2014, 119

[14] *Ibid.*

Pada dasarnya persaingan bisnis dalam Islam itu diperbolehkan, asalkan persaingan tersebut dilakukan sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam Al-Qur’an. Persaingan akan mendatangkan kebaikan apabila dilaksanakan untuk kepentingan orang banyak serta dilakukan secara halal tanpa adanya kecurangan yang dapat merugikan pihak lain.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilokasi atau lapangan yang dipilih menjadi tempat sasaran penelitian. Tujuannya ialah untuk mempelajari latar belakang keadaan lingkungan suatu unit sosial, individu atau lembaga.[1]

Penelitian ini dilakukan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur. Penelitian ini dilakukan karena BPRS Aman Syariah adalah bank baru dan satu-satunya bank syariah di daerah tersebut, sehingga peneliti ingin mengetahui lebih lanjut strategi pemasaran yang digunakan untuk dapat terus bersaing di daerah tersebut.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menguraikan sesuatu hal yang menjadi sasaran penelitian secara detail dan mendalam.[2] Sedangkan penelitian

---

[1] Toto Syatori naserudin dan Nanang Ghozali *Metode penelitian Kuantitatif,* (Bandung : Cv Pustaka Setia, 2015), 55

[2] *Ibid.,* 57

kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan berupaya menggali makna dari suatu fenomena.[3]

Dari uraian tersebut penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang sistematis dan akurat tentang sesuatu yang terjadi dan menjabarkannya secara deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif.

Hasil dari data tersebut dipakai untuk menggambarkan strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam rangka bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang lebih diminati serta sudah berdiri lebih dahulu di Purbolinggo.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer ialah sumber data yang memberikan datanya secara langsung kepada pengumpul data.[4]

Sumber data primer dalam penelitian ini ialah Direktur BPRS Aman Syariah, Kepala Kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Funding Officer dan* 3 orang nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

---

[3] M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2015), 9

[4] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidika : Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 193

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik pengambilan sampel *snowball* (bola salju). *Snowball* adalah teknik pengambilan sampel yang bermula-mula jumlahnya kecil, kemudian semakin besar.[5]

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah data yang tersedia dari berbagai bahan bacaan. Data tersebut biasanya sudah tersusun dalam bentuk dokumen ataupun artikel, contohnya data tentang produktivitas suatu perusahaan, data tentang keadaan demografis suatu daerah, dan lain-lain.[6]

Dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang peneliti gunakan berupa buku, hasil penelitian, jurnal dan artikel terkait penelitian. Sebagai contoh adalah artikel yang ditulis oleh Muchlisin Riadi tentang Pemgertian, Aspek dan Jenis-Jenis Persaingan Usaha.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah proses mendapatkan suatu informasi yang berkaitan dengan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan yang diwawancarai.[7]

Peneliti memakai teknik wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dan tanpa menggunakan pedoman wawancara untuk mengumpulkan datanya. Pertanyaan yang diberikan hanya berupa

---

[5] Toto Syatori naserudin dan Nanang Ghozali *Metode penelitian Kuantitatif,* (Bandung : Cv Pustaka Setia, 2015), 55

[6] Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian,* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), 39

[7] Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi Islam* , (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 133

permasalahan yang sedang peneliti teliti.[8] Adapun yang peneliti wawancarai dalam penelitian ini adalah Bapak Sugianto selaku Direktur BPRS Aman Syariah, Bapak Misbakhul Munir Selaku Kepala Kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, Ibu Eka Nurhayati selaku *Funding Officer dan* 3 orang nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data metode dokumentasi ialah suatu teknik yang memakai dokumen-dokumen tertulis untuk mengumpulkan data yang diinginkan.[9]

Dokumen adalah catatan yang berisi tentang informasi. Dokumen biasanya berbentuk tulisan-tulisan, gambar-gambar serta karya-karya dari seseorang.[10]

Dokumentasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data-data dari BPRS Aman Syariah Kantor Kan Purbolinggo berupa dokumen resmi guna mendapatkan data yang relevan dengan penelitian ini. Seperti profil, gambaran umum tentang produk, dan brosur BPRS Aman Syariah Kantos Kas Purbolinggo.

---

[8] Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 387

[9] M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2015), 86

[10] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendidikan Kuantitaif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta , 2010), 396

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyusunan data yang didapatkan dari hasil pengumpulan data dengan cara memilah data ke dalam beberapa kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusunnya ke dalam pola, memilih data yang paling penting yang ingin dipelajari lebih lanjut, dan membuat kesimpulan agar dapat dipahami.[11]

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik deskriptif kualitatif, yaitu teknik yang menggambarkan keadaan dalam suatu lingkungan bisnis dengan cara yang sistematis dan akurat mengenai sesuatu yang terjadi dan menjabarkannya secara deskriptif. Berhubungan dengan penelitian ini, peneliti menganalisa dengan cara mengumpulkan berbagai informasi yang terjadi di BPRS Aman Syariah tentang Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Bisnis Dengan Bank Konvensional.

---

[11] *Ibid.*, 244

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur

1. Sejarah dan Perkembangan PT. BPRS Aman Syariah

PT. BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk perseroan terbatas (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, sedangkan Aman Syariah adalah nama dari usaha tersebut. PT. BPRS Aman Syariah adalah badan usaha yang berada dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan dengan prinsip syariah.

PT. BPRS Aman Syariah didirikan berdasarkan Rapat Calon Pemegang Saham pada tanggal 17 Maret 2012 oleh 17 orang calon pemegang saham. PT. BPRS Aman Syariah mendapatkan badan hukum PT. berdasarkan Akta Pendirian PT. BPRS Aman Syariah No. 15 tanggal 11 Februari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan pengesahan Badan Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor: AHU-10.01082.PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Februari 2014 serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor: S-2/PB.I/2014 tentang Pemberian Izin Prinsip Pendirian PT. BPRS Aman Syariah pada tanggal 28 Januari 2014. Dan mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014.

Tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014. Pengungkapan kebijakan yang mencakup honor dan gaji komisaris, direksi dan dewan pengawas syariah termasuk binus dan fasilitas lainnya. Kebijakan yang mencakup honorarium bagi Dewan Koisaris, DPS, Gaji dan tunjangan Direksi PT BPRS Aman Syariah diatur oleh SK Dewan Komisaris yang diberi kewenangan oleh RUPS sesuai UU No. 40 Tahun 2017.[1]

2. Visi dan Misi

Visi dari BPRS Aman Syariah adalah Menjadi BPR Syariah Terbesar di Lampung Yang Tumbuh dan Berkembang Secara Sehat dan Kuat. Sedangkan Misi dari BPRS Aman Syariah Yaitu

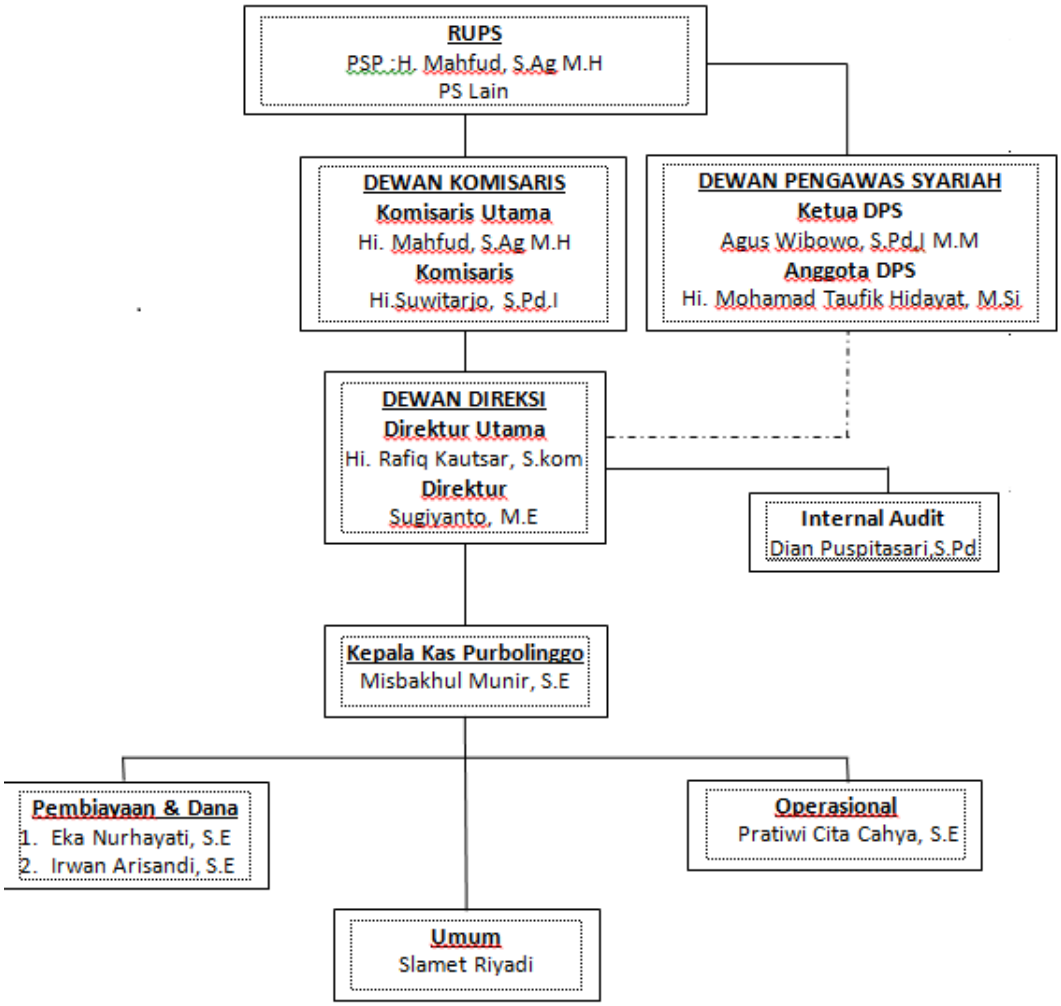
a. Meningkatkan Perluasan Jaringan Dengan Pembukaan Kantor Cabang di Wilayah Yang Strategis.
b. Meningkatkan PelayananSecara Profesional, Syariah dan Amanah Yang Memiliki Nilai Tambah.
c. Meningkatkan Sumber Daya Manusia Yang Mampu Bersaing Sesuai Dengan Perkembangan Teknologi Informasi Yang Berbasis Syariah.
d. Meningkatkan Pengelolaan Dengan menerapkan *Good Corporate Governence (GCG)* di Seluruh Kantor Yang Ada.
e. Meningkatkan Fungsi dan Peran Bank Kepada Masyarakat Secara Luas.

[1] 123dok, “Profil BPRS Aman Syariah Sekampung”, dalam www.123dok.com diunduh pada 30 April 2022.

f. Menigkatkan Penerapan Bisnis dan Operasional Dengan Menerapkan Prinsip *Prudent*.

g. Peningkatan Permodalan Yang Seimbang Sejalan Pertumbuhan Asset dan Pendapatannya.

3. Struktur Organisasi BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo



Gambar 1.1 Struktur Organisasi BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

4. Produk-Produk BPRS Aman Syariah

Produk yang ditawarkan oleh BPRS Aman Syariah ada 3 jenis, yaitu:

a. Produk Penghimpun Dana

1) Tabungan Pendidikan Aman Syariah (TAPENAS)
2) Tabungan Masa Tua (TAMATU)
3) Tabungan Anak Sejahtera (TAJIMABRUR)
4) Tabungan Haji Mabrur (TAQUBARNAS)
5) Tabungan Qurban Aman Syariah (TAMU)
6) Tabungan Makbullah Umrah (TAMU)
7) Tabungan Wisata (TAWA)
8) Tabungan Keluarga Samara (TASAMARA)
9) Tabungan Idul Fitri (TIFI)
10) Tabungan Mudharabah (TABAH)
11) Deposito Mudharabah (TOBAH)

b. Produk Pembiayaan

1) Modal kerja, usaha-usaha, renovasi, kendaraan, rumah, dan konsumtif lainnya.
2) Pembiayaan untuk kebutuhan seperti pendidikan, perjalanan wisata, umrah, dan lainnya.
3) Pembiayaan kepemilikan emas.
4) Pembiayaan lainnya yang lazim dilakukan yang disetujui oleh Dewan Pengawas Syariah.

c. Produk Jasa Lainnya

BPRS Aman Syariah menyediakan produk jasa pelayanan Gadai Emas Syariah (Rahn) yang syarat dan ketentuannya ditetapkan oleh BPRS Aman Syariah.

B. Strategi Pemasaran Yang Digunakan Oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

BPRS Aman Syariah merupakan bank yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dengan menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo mulai beroperasi pada tanggal 21 April 2019.[2] BPRS Aman Syariah masih tergolong baru jika dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang berada di Desa Tanjung Inten. Untuk memenangkan persaingan dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang sudah berdiri terlebih dahulu, Bapak Misbakhul Munir mengatakan bahwa mereka memerlukan pendekatan dengan tokoh masyarakat dan agama yang ada disekitar kantor.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Misbakhul Munir selaku kepala kas, kehadiran lembaga keauangan syariah lainnya yang sudah berdiri terlebih dahulu bukanlah suatu ancaman, beliau mengatakan bahwa

[2] Misbakhul Munir, selaku kepala kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:30

kehadirannya justru menjadi motivasi untuk terus berkembang agar semakin diminati oleh masyarakat disekitar.[3]

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eka Nurhayati selaku *Funding Officer* BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, beliau mengatakan bahwa strategi pemasaran yang digunakan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo adalah *market mix*/bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence),* maka dapat dijelaskan sebagai berikut:[4]

1. **Produk (*Product*)**

   Dalam menerapkan strategi produk, BPRS Aman Syariah memiliki berbagai jenis produk. Mulai dari tabungan pendidikan, tabungan masa tua, hingga tabungan idul fitri. Untuk produk pembiayaannya, BPRS Aman Syariah memiliki pembiayaan modal usaha, pembiayaan kepemilkan emas, hingga pembiayaan untuk kebutuhan umrah..[5]

   Untuk meyakinkan para calon nasabah agar mereka berminat dan merasa aman memilih salah satu produk yang ditawarkan, BPRS Aman Syariah melakukan pendekatan terlebih dahulu dengan menjelaskan produk yang dibutuhkan oleh calon nasabah dan tidak langsung menawarkan produk.[6]

---

[3] Misbakhul Munir, selaku kepala kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:30

[4] Eka Nurhayati, selaku *Funding Officer* BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:40

[5] Misbakhul Munir, selaku kepala kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:30

[6] Misbakhul Munir, selaku kepala kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:30

Bapak Misbakhul Munir mengatakan, produk yang paling diminati oleh nasabah adalah Tabungan Idul Fitri dan Pembiayaan Modal Usaha.[7] Sedangkan untuk para nasbah yang berada di Desa Tanjung Inten, mereka memilih produk Pembiayaan Modal Usaha yang mereka gunakan untuk memperbesar usahanya dan membuka usaha selama bulan Ramadhan. Seperti Bapak Tateng salah satu nasabah yang sudah menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purrbolinggo selama 1 tahun, beliau memilih produk Pembiayaan Modal Usaha untuk memperbesar usaha toko yang dimilikinya.[8] Sedangkan Ibu Sulastri nasabah sejak awal bulan Ramadhan memilih Pembiayaan Modal Usaha untuk membuka usaha berjualan sayur matang selama bulan Ramadhan.[9] Serta Ibu Prima Prihartini nasabah sejak awal bulan Ramadhan memilih Pembiayaan Modal Usaha untuk membuka usaha berjualan es boba selama bulan Ramadhan.[10]

2. Harga (*Price*)

Untuk strategi harga, BPRS Aman Syariah tidak memberikan biaya administrasi kepada nasabahnya, jika dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang berada di Desa Tanjung Inten, BPRS Aman Syariah adalah satu-satunya lembaga keuangan syariah yang tidak

---

[7] Misbakhul Munir, selaku kepala kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:30

[8] Bapak Tateng, selaku Nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 1 Mei 2022, Pukul 9:16

[9] Ibu Sulastri, selaku Nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 1 Mei 2022, Pukul 10:00

[10] Ibu Prima Prihartini, selaku Nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 8 Mei 2022, Pukul 14:00

memberikan biaya administrasi. [11] Ini menjadi salah satu alasan nasabah mengajukan pembiayaan di BPRS Aman Syariah seperti yang dijelaskan oleh Bapak Tateng saat diwawancarai.[12]

3. Promosi (*promotion)*

Promosi adalah salah satu hal yang wajib dilakukan agar informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan dapat diketahui oleh masyarakat luas. Promosi yang diterapkan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo berupa promosi di media sosial, brosur, serta mengunjungi tokoh masyarakat dan organisasi disekitar lokasi kantor.[13] Ibu Sulastri dan Ibu Prima Prihartini adalah contoh nasabah yang tau adanya BPRS Aman Syariah karena brosur tersebut.

Selama mempromosikan produk-produknya, BPRS Aman Syariah mengalami berbagai macam kendala, seperti nasabah yang BI *Checking*-nya rusak serta kehadiran Bank Plecit yang semakin banyak hadir di lingkungan sekitar pasar.[14]

4. Tempat (*place)*

Pemilihan lokasi kantor tentu sangat berpengaruh untuk perusahaan, terutama untuk perusahaan bidang jasa perbankan. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo memilih lokasi di Desa Tanjung Inten tepatnya di

---

[11] Eka Nurhayati, selaku *Funding Officer* BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:40

[12] Bapak Surono, selaku Nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 1 Mei 2022, Pukul 9:16

[13] Eka Nurhayati, selaku *Funding Officer* BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:40

[14] Eka Nurhayati, selaku *Funding Officer* BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:40

Jl. Bungur Raya, Tj. Kesuma, Kec. Purbolinggo, Kabupaten Lampung Timur, Lampung. Pemilihan lokasi tersebut adalah sangat tepat karena dekat dengan pusat perbelanjaan, tepat berada dijalan utama sehingga dapat dengan mudah dilihat oleh nasabah dan calon nasabah.

5. Orang (*people)*

BPRS Aman Syariah selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk setiap nasabahnya. Setiap karyawannya selalu bersikap baik dan sabar dalam melayani nasabah dan calon nasabahnya, sehingga nasabah dan calon nasabah merasa nyaman dengan dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan wawancara dengan para nasabah, mereka sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang selalu ramah kepada mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Misbakhul Munir, beliau mengatakan bahwa SDM di kantor kas masihlah kurang. Bahkan selain sebagai kepala kas, beliau juga merangkap sebagai marketing untuk menutupi kekurangan yang ada.[15]

6. Proses (*process*)

Dalam stretegi proses khususnya dalam operasional dan pemasaran produknya BPRS Aman Syariah melaksanakan segala macam usaha dalam melayani nasabahnya sehingga bisa memuaskan nasabahnya. BPRS Aman Syariah menawarkan produk yang dibutuhkan oleh nasabah dan calon nasabahnya, bahkan BPRS Aman Syariah dapat memberikan produk yang

[15] Misbakhul Munir, selaku kepala kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:30

tidak mereka sediakan yang dibutuhkan oleh nasabah, tentunya dengan perizinan dari Dewan Pengawas Syariah.[16]

7. **Bukti Fisik (*physical evidence*)**

Bukti fisik dari perusahaan sangatlah berpengaruh kepada nasabah. Walaupun mengalami keterbatasan bangunan, BPRS Aman Syariah mendesain kantor senyaman mungkin dengan fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan kepada nasabah. Contohnya saja seperti tempat duduk yang empuk dan nyaman serta ruangan yang ber AC.

C. Analisis Strategi Pemasaran Yang Digunakan Oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Aman Syariah untuk bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya adalah menggunakan strategi pemasaran market mix/bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (product, price, promotion, place, people, process, physical evidence). Sebagaimana yang telah difokuskan dalam penelitian ini, akan peneliti jelaskan bebagai berikut:

1. **Produk (*product)***

Berdasarkan hasl wawancara dengan bapak Misbakhul Munir selaku kepala kas, strategi produk adalah yang paling diunggulkan. Pada strategi produk BPRS Aman Syariah memberikan berbagai macam produk yang

[16] Misbakhul Munir, selaku kepala kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, *Wawancara*, Pada tanggal 18 April 2022, Pukul 11:30

tentunya berbeda dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang berada di daerah tersebut. Seperti contohnya pembiayaan kepemilikan emas.

Produk pembiayaan modal usaha menjadi produk yang paling diminati oleh nasabah. Nasabah lebih berminat dengan produk ini karena mereka ingin menggunakannya untuk membuka ataupun mengembangkan usaha yang mereka miliki.

Dalam strategi produk, BPRS Aman Syariah sudah baik dengan menciptakan produk yang berbeda yang dapat digunakan untuk bersaing dengan lembaga keuangan syariah lain. Dengan produk yang diberikan akan memengaruhi kepuasan dan kepercayaan nasabah. Strategi produk yang berbeda dengan lembaga keuangan lain dapat menjadi peluang untuk memenangkan persaingan.

2. Harga (*price)*

Menurut hasil wawancara dengan Ibu Eka Nurhayati selaku *funding officer* BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, dalam strategi harga BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo adalah satu-satunya lembaga keuangan syariah yang tidak memberikan biaya administrasi kepada nasabahnya.

Dalam strategi harga, BPRS Aman Syariah sudah baik karena tanpa adanya biaya administrasi. Strategi harga berhubungan dengan pemberian harga produk dan kemudahan dalam pembayaran yang dilakukan konsumen. Hal ini meningkatkan peluang untuk memenangkan persaingan.

3. Promosi (*promotion)*

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi calon nasabah agar mereka dapat mengenali produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Menurut hasil wawancara dengan Ibu Eka Nurhayati selaku *funding officer* BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo strategi dalam strategi promosi melalui berbagai media seperti media sosial, brosur, serta mengunjungi tokoh masyarakat dan organisasi disekitar lokasi kantor.

Promosi merupakan hal yang sangat penting, karena dengan promosi dapat menginformasikan barang/jasa yang ditawarkan BPRS Aman Syariah agar produk dikenal oleh nasabah dan calon nasabah. Kegiatan promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah adalah secara langsung dan tidak langsung dengan menggunakan media cetak dan media elektronik. Dalam promosi perlu dioptimalkan terutama promosi pada website agar mepermudah dalam memperoleh informasi bagi nasabah maupun calon nasabah.

4. Tempat (*place)*

Keberadaan BPRS Aman Syariah memiliki banyak keunggulan yaitu dekat dengan pusat perbelanjaan, berdiri dipusat perekonomian di Kecamatan Purbolinggo, tepat berada di jalan raya sehingga keberadaan kantor mudah dilihat oleh nasabah dan calon nasabah.

Pada strategi lokasi BPRS Aman Syariah letaknya sangat strategis, karena BPRS Aman Syariah letaknya dekat dengan pusat perbelanjaan. Apabila dilihat dari lembaga keuangan syariah lainnya BPRS Aman Syariah lebih mudah ditempuh dari pusat perbelanjaan sehingga dapat meningkatkan daya saing BPRS Aman Syariah.

5. Orang (*people)*

Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan merasa senang. Namun BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam penempatan SDM belum sesuai kapasitas karena kekurangan karyawan. Menerapkan SDM ditempat yang sesuai dengan kapasitasnya memang memerlukan sebuah strategi manajemen SDM yang cukup baik karena jika strategi yang diimplementasikan keliru, akan berakibat fatal terhadap tingkat kepuasan nasabah secara jangka panjang. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam hal SDM yang sesuai kapasitasnya belum sepenuhnya dilakukan. Karena kantor kas masih kekurangan karyawan. Walaupun setiap karyawan ditargetkan untuk mendapatkan nasabah tetapi hal itu tidak terlalu maksimal dilakukan oleh tim kantor kas karena pekerjaan yang dilakukan rangkap.Strategi pemasaran pada aspek people pelayanan pegawai bank kepada nasabah sudah baik. Pegawai bersikap ramah dan tanggap membantu setiap nasabah dan calon nasabah.

6. Proses (*process)*

Process merupakan bagaimana proses dilakukan sampai jasa yang diminta oleh konsumen diterima secara memuaskan. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Misbakhul Munir, BPRS Aman Syariah menawarkan produk yang dibutuhkan oleh nasabah dan calon nasabah. Bahkan bisa memberikan produk yang tidak mereka sediakan yang sesuai dengan keinginan nasabah dan calon nasabah. Tentunya dengan perizinan dari Dewan Pengawas Syariah.

Proses mempunyai dampak jangka panjang. Karena berkaitan dengan alur penjualan produk. Process yang baik akan berdampak pada citra suatu bank. Penerapan strategi pemasaran yang optimal dapat dijadikan upaya dalam menambah jumlah nasabah , dengan begitu perusahaan akan lebih dikenal oleh masyarakat.

7. Bukti Fisik (*physical evidence)*

Bukti fisik yang dimiliki perusahaan berupa logo, symbol dan juga fasiitas. Bank Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo memiliki bukti fisik berupa fasilitas yang diberikan sudah baik dan memberikan kenyamanan bagi nasabah yang datang ke kantor.

Dari ketujuh Strategi Pemasaran tersebut, yang paling diunggulkan oleh pihak BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo adalah Strategi Produk (*product*) dimana BPRS Aman Syariah menawarkan berbagai macam produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan calon nasabah. Produk yang paling diminati oleh masyarakat Purbolingggo khususnya Desa Tanjung

Inten adalah Tabungan Idul Fitri dan Pembiayaan Modal Usaha. Pembiayaan Modal Usaha diminati karena Kantor BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo berada dipusat perekonomian di daerah Purbolinggo sehingga nasabahnya adalah para pedagang yang ingin memperbesar usahanya atau yang ingin membuka usaha baru.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo terdiri dari 7P yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence*. Komponen yang paling utama dan yang paling diunggulkan adalah Produk (*product*) BPRS Aman Syariah menawarkan berbagai macam produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan calon nasabahnya. Produk yang paling diminati adalah Tabungan Idul Fitri dan Pembiayaan Modal Usaha.

Banyak sekali cara yang dilakukan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo untuk meningkatkan jumlah nasabah agar semakin banyak masyarakat yang berminat, salah satunya melalukan kegiatan Promosi (*promotion*) yaitu mendatangi tokoh-tokoh masyarakat dan organisasi di sekitar kantor serta menyebarkan brosur dengan begitu nasabah dapat mengetahui produk apa saja yang ada di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

Tempat (*place*) dimana BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo merupakan satu-satunya Bank Syariah yang ada di Purbolinggo. Lokasi dari kantor yang sangat strategis berada di pusat perekonomian Kecamatan Purbolinggo. Harga (*price*) yang diterapkan berbeda dari lembaga keuangan syariah lainnya, BPRS Aman Syariah tidak memberikan biaya

administrasi kepada nasabahnya. Dari Sumber Daya Manusia atau orang (*people*) memiliki kelebihan yaitu dapat memuaskan nasabahnya dengan pelayanan yang ramah. Tetapi, mereka memiliki kekurangan yaitu jumlah karyawannya. Sehingga beberapa karyawannya ada yang merangkap jabatannya agar dapat menutupi kekurangan tersebut.

B. Saran

Saran dari peneliti kepada pihak BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo adalah perlunya penambahan karyawan guna mencapai target yang diinginkan agar pelaksanaan pemasaran dari produk dapat berjalan dengan efektif tanpa adanya kendala. BPRS Aman Syariah perlu mengadakan sosialisasi agar masyarakat tidak salah paham karna belum bisa membedakan perbankan syariah dan perbankan konvensional. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo juga perlu melakukan promosi di media sosial, setiap hari peneliti hanya melihat kegiatan promosinya hanya di *WhatsApp* saja, sedangkan untuk media sosial lainnya seperti *Facebook* ataupun *Instagram* pihak BPRS Aman Syariah jarang melakukan promosi di media sosial tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, Fitri. "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol. 6 No. 1 2014

Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis.* Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2009

Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi Islam*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013

Djamal, M. *Paradigma Penelitian Kualitatif.* Yogyakarta : Mitra Pustaka, 2015

Firdaus, Muhammad Dkk. *Konsep dan Implementasi Bank Syariah.* Jakarta : Reinasan, 2007

Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta Pusat : PT Gamedia Pustaka Utama, 2015

Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 2014*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2016

Kasmir. *Manajemen Perbankan.* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012

Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif.* Jakarta : Erlangga, 2005

Marhan, Ridha Rusyda. *Strategi Pemasaran Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gresik dan PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabanng Sidoarjo*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia, 2018

Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007

Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta, 2013

Riadi, Muchlisin. "*Pengertian, Aspek dan Jenis-jenis Persaingan Usaha*." Dalam kajianpustaka.com diunduh pada 2 Juni 2021.

Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : CV Andi Offset, 2016

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidika : Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif* dan R&D. Bandung : Alfabeta, 2010

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen.* Bandung : ALFABETA, 2013

Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian.* Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2008

Tim Departemen Agama RI, *Terjemah Tafsir Perkata*. Bandung: Syaamil Al-Qur'an

Toto Syatori naserudin dan Nanang Ghozali. *Metode penelitian Kuantitatif*. Bandung : Cv Pustaka Setia, 2015

Tjipto, Fandy & Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategi 2*. Yogyakarta : CV Andi Offset, 2012

www.123dok.com. Diunduh pada 30 April 2022.

Yuniarti, Eka. *Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Market Share Pada BPRS Metro Madani*. Metro : IAIN METRO, 2018

Zuhairi, *pedoman penulisan karya ilmiah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016

LAMPIRAN

4/3/2021

IZIN PRASURVEY

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 : 0973/In.28/J/TL.01/03/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
DIREKTUR BANK AMAN SYARIAH
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama	:	**RIZKY FACHRUL ROZI**
NPM	:	1602100182
Semester	:	10 (Sepuluh)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari'ah
Judul	:	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS DENGAN BANK KONVENSIONAL (STUDI KASUS BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO)

untuk melakukan prasurvey di BANK AMAN SYARIAH, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 10 Maret 2021
Ketua Jurusan,

Reonika Puspita Sari M.E.Sy
NIP 199202212018012001

Lampung Timur, 19 Mei 2022

No. : 217-3/OPS-BAS/2022
Lampiran : -
Perihal : **Pemberian Izin Riset**

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah
IAIN Metro Lampung
di-
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat No : 0347/In.28/D.1/TL.00/02/2022 tanggal 02 Februari 2022 perihal permohonan riset yang diajukan kepada PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur, yang di ajukan atas nama:

Nama	: **RIZKY FACHRUL ROZI**
NPM	: 1602100182
Semester	: 12 (Enam)
Jurusan	: Perbankan Syariah
Judul	: STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (STUDI KASUS BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO LAMPUNG TIMUR)

Dengan ini disampaikan bahwa kami menyetujui permohonan riset di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

PT. BPRS Aman Syariah
Kepala kantor Kas Purbolinggo

Misbakhul Munir, S.E

PT. BPRS AMAN SYARIAH
Jl. Bungur Tj. Inten, Purbolinggo, Lampung Timur
Telp./ Fax. : 0725-5100000 / 7851425
Email : bprs_amansyariah@yahoo.co.id
www.bankamansyariah.co.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan KH. 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 : 0347/In.28/D.1/TL.00/02/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA KAS BANK AMAN SYARIAH
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0346/In.28/D.1/TL.01/02/2022, tanggal 02 Februari 2022 atas nama saudara:

Nama	: RIZKY FACHRUL ROZI
NPM	: 1602100182
Semester	: 12 (Dua Belas)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BANK AMAN SYARIAH, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (STUDI KASUS BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO LAMPUNG TIMUR)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 02 Februari 2022
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720811 199803 2 001

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: 0346/In.28/D.1/TL.01/02/2022

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

Nama	:	**RIZKY FACHRUL ROZI**
NPM	:	**1602100182**
Semester	:	**12 (Dua Belas)**
Jurusan	:	**S1 Perbankan Syari'ah**

Untuk :

1. **Mengadakan observasi/survey di BANK AMAN SYARIAH, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (STUDI KASUS BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO LAMPUNG TIMUR)".**
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 : 02 Februari 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat

_____

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

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;

Nomor : 3541/In.28.3/D.1/PP.00.9/12/2020 — 14 Desember 2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy.
di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama	:	Rizky Fachrul Rozi
NPM	:	1602100182
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul	:	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis Dengan Bank Konvensional (Studi Kasus Bprs Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi mahasiswa sampai dengan selesai.
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

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIMETRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email:iainmetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rizky Fachrul Rozi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS
NPM : 1602100182 Semester/TA : XII/2021-2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 26 Oktober 2021	o) Perbaiki penulisan spasi judul o) Perbaiki penulisan bab dan sub bab o) Pada bab IV tambahkan poin C untuk Analisisnya o) Buat lembar pengesahan outline	
	Kamis 28 Oktober 2021	ACC out line	

Dosen Pembimbing

Aulia Ranny Privatna, M.E. Sy.
NIDN. 2016068401

Mahasiswa Ybs,

Rizky Fachrul Rozi
NPM.1602100182

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIMETRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email:iainmetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rizky Fachrul Rozi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS

NPM : 1602100182 Semester/TA : XII/2021-2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 09 November 2021	o) Perbaiki Narasi Paragraf 1 halaman 2 o) Perbaiki Narasi pertanyaan penelitian o) Perjelas Nama lokasi o) Penelitian Relevan maksimal 3 penelitian Narasikan judul penelitian, fokus, perbedaan dan persamaan o) Cari Referensi terbaru Buku pedoman Penulisan skripsi o) Perbaiki penulisan yang tidak tepat o) Perbaiki penggunaan kata sambung o) Jelaskan prinsip-prinsip persaingan bisnis dalam islam o) Penggunaan cetak miring pada penulisan serapan bahasa Asing o) Footnote Redaksi Ayat dan terjemah Alquran ref. Depag o) penjelasan di lapangan penelitian	
	Kamis 11 November 2021	ACC Bab 1.2.3	

Dosen Pembimbing

Aulia Ranny Priyatna, M.E. Sy.
NIDN. 2016068401

Mahasiswa Ybs,

Rizky Fachrul Rozi
NPM.1602100182

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIMETRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email iainmetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rizky Fachrul Rozi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS

NPM : 1602100182 Semester/TA : XII/2021-2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 02 Desember 2021	1) Perbaiki penggunaan huruf kapital 2) Perbaiki redaksi pertanyaan untuk kepala kas 3) Perbaiki redaksi pertanyaan untuk Nasabah	
	Kamis 09 Desember 2021	ACC APD	

Dosen Pembimbing

Aulia Ranny Priyatna, M.E. Sy.
NIDN. 2016068401

Mahasiswa Ybs,

Rizky Fachrul Rozi
NPM.1602100182

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIMETRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantam Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email:iainmetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rizky Fachrul Rozi **Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS**

NPM : 1602100182 **Semester/TA : XII/2021-2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa, 14 juni 2022	▪ Perbaiki abstrak ▪ Perbaiki struktur organisasi ▪ Perbaiki footnote ▪ Perbaiki kesimpulan	
	Kamis, 16 juni 2022	▪ Perbaiki penulisan yang tidak tepat ▪ Cari refrensi baru ▪ Perbaiki penulisan yang tidak tepat dalam bagian kesimpulan ▪ Lengkapi motto, persembahan, riwayat hidup, dokumentasi	

Dosen Pembimbing

Aulia Ranny Priyatna, M.E. Sy.
NIDN. 2016068401

Mahasiswa Ybs,

Rizky Fachrul Rozi
NPM.1602100182

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIMETRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email: iainmetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rizky Fachrul Rozi **Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS**

NPM : 1602100182 **Semester/TA : XII/2021-2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa, 21 juni 2022	Acc bab 4 dan 5 Siap di munaqosyahkan	

Dosen Pembimbing

Aulia Ranny Priyatna, M.E. Sy.
NIDN. 2016068401

Mahasiswa Ybs,

Rizky Fachrul Rozi
NPM.1602100182

OUTLINE

STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
(Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINILITASI PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah
B. Pertanyaan Penilitian
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran
   1. Pengertian Strategi Pemasaran
   2. Bauran Pemasaran (*Market Mix)*
B. Persaingan Bisnis
   1. Pengertian Persaingan Bisnis
   2. Jenis-jenis Persaingan
   3. Aspek-aspek Untuk Memenangkan Persaingan

C. Persaingan Bisnis Dalam Islam
1. Persaingan Bisnis Dalam Islam
2. Prinsip-Prinsip Persaingan Bisnis Dalam Islam
3. Dalil Tentang Persaingan Bisnis Dalam Islam

BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis dan Sifat Penelitian
B. Sumber Data
C. Teknik Pengumpulan Data
D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur
B. Strategi Pemasaran Yang Digunakan Oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
C. Analisis Strategi Pemasaran Yang Digunakan Oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan
B. Penutup

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Pembimbing

Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy.
NIDN. 2016068401

Metro, 26 Oktober 2021
Peneliti,

Rizky Fachrul Rozi
NPM. 1602100182

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

(Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur)

A. Wawancara (Interview)

1. Wawancara Dengan Kepala Kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

a. Kapan Bank Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo didirikan?

b. Apa saja kendala yang diterima selama Bank Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo didirikan?

c. Apakah kehadiran lembaga keuangan syariah yang sudah dahulu berdiri menjadi salah satu ancaman bagi Bank Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo?

d. Apakah ada strategi yang dilakukan Bank Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo untuk memenangkan persaingan dengan lembaga keuangan syariah yang sudah lebih dahulu didirikan?

e. Apakah produk yang paling diminati para nasabah?

2. Wawancara Dengan Karyawan Bagian *Marketing* BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

a. Strategi apa yang dilakukan dalam memasarkan produk-produk yang ditawarkan agar dikenal oleh nasabah?

b. **Apa saja promosi yang dilakukan dalam memasarkan produk yang ditawarkan?**

c. **Bagaimana cara yang dilakukan untuk meyakinkan nasabah agar mereka berminat dan merasa aman memilih salah satu produk yang ditawarkan?**

d. **Apa saja kendala yang diterima oleh *marketing* selama memasarkan produk di wilayah Purbolinggo, khususnya di Desa Tanjung Inten?**

3. **Wawancara Dengan Nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo**

a. Mengapa anda memilih sebagai nasabah di bank aman syariah?

b. Produk apa yang anda pilih?

c. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank aman syariah?

d. Dari mana anda tau kalau bank aman syariah memiliki kantor kas di Purbolinggo?

e. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di bank aman syariah?

B. Dokumentasi

1. Profil BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.
2. Visi dan Misi BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.
3. Struktur organisasi BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.
4. Produk-produk BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

..etro,09 Desember 2021

Dosen Pembimbing	Peneliti
Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy.	**Rizky Fachrul Rozi**
NIDN. 2016068401	NPM. 1602100182

DOKUMENTASI

Foto 1, Wawancara dengan Bapak Misbakhul Munir selaku Kepala Kantor Kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Foto 2, Wawancara dengan Ibu Eka Nurhayati selaku Funding Officer BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Foto 3, Wawancara dengan Bapak Tateng selaku salah satu nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Foto 4, Kantor BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Rizky Fachrul Rozi dilahirkan di Pekalongan pada tanggal 2 Oktober 1998. Peneliti merupakan anak terakhir dari 3 bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Karmanto Dan Ibu Mursilah. Bertempat tinggal di Desa Tanjung Inten Kecamatan Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur.

Pendidikan dasar yang peneliti tempuh di Sekolah Dasar (SD) Negeri 3 Taman Fajar tamat dari Sekolah Dasar pada tahun 2010 melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 3 Raman Utara selesai pada tahun 2013 lalu melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Purbolinggo dan selesai pada tahun 2016. Setelah itu peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro mengambil Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada tahun 2016. Pada masa akhir studi peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur)”