

**RESISTENSI PT. BPRS PUDUARTA INSANI TEMBUNG DALAM MENGHADAPI**

**PRODUK KREDIT USAHA RAKYAT**

**BANK KONVENSIONAL**

**SKRISPSI**

**OLEH :**

**AHMAD RIDWAN LAOLY**

**NIM.0503196242**

**Program Studi**

**PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2021**

**RESISTENSI PT. BPRS PUDUARTA INSANI TEMBUNG DALAM MENGHADAPI**

**PRODUK KREDIT USAHA RAKYAT**

**BANK KONVENSIONAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Oleh:**

**AHMAD RIDWAN LAOLY**

**NIM. 0503196242**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2021**

## PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**Resistensi PT BPRS Puduarta Insani Tembung Dalam  
Menghadapi Produk Kredit Usaha Rakyat  
Bank Konvensional**

Oleh:

**AHMAD RIDWAN LAOLY**  
**NIM. 0503196242**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, 18 Juni 2021

Pembimbing I



**Tri Inda Fadhila Rahma, S.E.I.M.E.I**  
**NIDN. 2029019101**

Pembimbing II



**Atika, M.A**  
**NIDN. 0103129201**

Mengetahui  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



**Dr. Tuti Anggaraini, M.A**  
**NIDN. 2031057701**

Skripsi berjudul “Resistensi PT BPRS Puduarta Insani Tembung Dalam Menghadapi Produk Kredit Usaha Rakyat Bank Konvensional” an. Ahmad Ridwan Laoly, NIM 0503196242 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 30 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 30 Agustus 2021  
Panitia Sidang Munaqasyah  
Program Studi Perbankan Syariah UIN-SU

Sekretaris


Ketua

  
**Dr. Tuti Angraini, MA**  
NIDN. 2031057701

  
**Muhammad Lathief Ilhamy Nst, M.E.I**  
NIDN. 2026048901

Anggota

Pembimbing Skripsi I

  
**Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I**  
NIDN. 2029019101

Pembimbing Skripsi II

  
**Atika, M.A**  
NIDN. 0106038701

Penguji I

  
**Dr. Tuti Angraini, MA**  
NIDN. 2031057701

Penguji II

  
**Nurul Inayah, M.E**  
NIDN. 0103129201

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN-SU

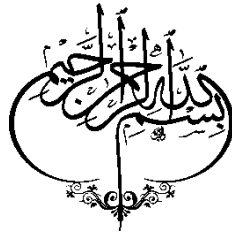
**Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag**  
NIDN. 2023047602

## ABSTRAK

Resistensi dapat diartikan sebagai sikap bertahan, melawan, menentang terhadap suatu hambatan atau sebuah penolakan sikap bertahan yang terjadi ketika ada sesuatu yang mengancam nilai seseorang atau individu. Ancaman tersebut bisa saja real atau sebenarnya hanya suatu persepsi saja. Dengan kata lain, ancaman ini bisa saja muncul dari pemahaman yang memang benar atas perubahan yang terjadi atau sebaliknya karena ketidakpahaman atas perbuatan yang terjadi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi bertahan dan strategi bersaing PT BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi produk kredit usaha rakyat. Jenis penelitian ini adalah *field research*. Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Manfaat dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kondisi BPR Syariah serta strategi yang digunakan dalam persaingan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT BPRS Puduarta Insani dalam menerapkan strategi bertahan meliputi tiga aspek yaitu, produk, tempat dan partisipan. Kemudian dalam menerapkan strategi bersaing meliputi empat aspek yaitu edukasi, promosi sumber daya manusia dan bukti fisik.

**Kata Kunci: Pengetahuan Resistensi, Pengetahuan BPRS, Pengetahuan KUR**

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah* rabbil'alamin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Rasa syukur kepada-Nya atas karunia dan memberikan penulis kesehatan, kekuatan dan semangat yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Resistensi PT BPRS Puduarta Insani Tembung Dalam Menghadapi Produk Kredit Usaha Rakyat Bank Konvensional”**. Serta sholawat dan salam penulis ucapkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, teladan terbaik bagi manusia sepanjang zaman.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penulis mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan dan juga do'a sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Kedua orang tua saya, ayahanda **Mukmin Laoly** dan ibunda **Nurliani Lubis** yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada saya baik melalui doa maupun material hingga saat ini yang tidak terhingga jumlahnya sehingga saya mampu menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak **Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak **Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

4. Ibu **Dr. Tuti Anggraini, M.A** selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak **Muhammad Lathief Ilhamy, M.E.I** selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Ibu **Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I** sebagai pembimbing Skripsi 1 yang telah membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu **Atika, M.A** selaku pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
9. Teruntuk **Suci Apriani** selaku kekasih yang telah memberikan semangat dan memberikan dukungan yang setia.
10. Terima kasih kepada **Mohd. Habib Rifqi R** yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada **Winda Sari Panjaitan** yang telah membantu dan mensupport saya dalam pengerjaan skripsi ini.

Tidak ada kata yang lebih indah selain ucapan terima kasih, semoga Allah SWT membalas atas semua kebaikannya dan semoga menjadi amal shalih. Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna demi kesempurnaan skripsi ini dan penelitian selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua.

Medan, 18 Juni 2021



**Ahmad Ridwan Laoly**  
**NIM. 0503196242**

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8

### **BAB II LANDASAN TEORITIS**

A. Konsep Resistensi .....	9
1. Pengertian Resistensi .....	9
2. Bentuk-Bentuk Resistensi .....	10
3. Faktor-Faktor Resistensi .....	11
4. Bentuk Resistensi Berdasarkan Strategi Bertahan dan Bersaing ..	11
B. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah .....	17
1. Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah .....	17
2. Tinjauan dan Karakteristik BPRS .....	18
3. Jenis Pembiayaan BPRS .....	19
C. Kredit Usaha Rakyat .....	22
1. Pengertian Kredit Usaha Rakyat .....	22
2. Dasar Hukum Kredit Usaha Rakyat .....	23
3. Jenis-Jenis Kredit Usaha Rakyat .....	24
4. Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat.....	25
5. Keunggulan dan Kelemahan Kredit Usaha Rakyat .....	26



D. Strategi Bertahan dan Strategi Bersaing dalam Perbankan.....	27
1. Strategi Bertahan dalam Perbankan.....	27
2. Strategi Bersaing dalam Perbankan.....	29
E. Kajian Terdahulu.....	32
F. Alur Penelitian.....	35

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian.....	38
1. Tempat Penelitian.....	38
2. Waktu Penelitian.....	38
C. Sumber Data.....	38
D. Subjek Penelitian.....	39
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Bahan.....	40
F. Analisis Data.....	42
G. Keabsahan Data.....	44

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	47
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	47
2. Deskripsi Responden.....	58
3. Analisis Data.....	59
B. Pembahasan.....	66

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	72

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>78</b>
----------------------	-----------

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>81</b>
----------------------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Jumlah Nasabah Pembiayaan PT BPRS Puduarta PT BPRS Puduarta Insani Tahun 2017-2020 .....	5
Tabel 1.2	Laporan Pembiayaan PT BPRS Puduarta Insani Periode 2017 sampai 2020.....	6
Tabel 2.1	Kajian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1	Skedul Penelitian .....	38
Tabel 4.1	Responden .....	58
Tabel 4.2	Laporan Pembiayaan PT BPRS Puduarta Insani Periode 2017 sampai 2020 .....	60

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Penyaluran Dana Pembiayaan Bank Syariah .....	20
Gambar 2.2	Alur Penelitian.....	36
Gambar 3.1	Analisis Data .....	42
Gambar 4.1	Logo PT BPRS Puduarta Insani .....	48
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT BPRS Puduarta Insani Cabang.....	49
Gambar 4.3	Struktur Organisasi PT BPRS Puduarta Insani Pusat .....	50
Gambar 4.4	Lokasi PT BPRS Puduarta Insani Pusat.....	61
Gambar 4.5	Kegiatan Edukasi dan Inklusi PT BPRS Puduarta Insani .....	63
Gambar 4.6	Kegiatan Promosi Melalui Media Sosial.....	64
Gambar 4.7	Penandatanganan MOU Kerja Sama PDAM Tirta Deli .....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN I [DAFTAR PERTANYAAN] .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN II [DOKUMENTASI] .....</b>	<b>79</b>

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan ekonomi modern saat ini secara dominan digerakkan oleh ekonomi berbasis sektor keuangan yang cenderung berorientasi pada keuntungan dalam bentuk materil saja. Sebagai suatu interpersonal, seorang pebisnis muslim harus tetap berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang syariah. Ketika berhubungan dengan rekanan bisnis, setiap pebisnis muslim haruslah memperhatikan hukum islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam akad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Misalnya saja, memberikan sampel produk dengan kualitas sangat baik, padahal produk yang dikirimkan itu memiliki kualitas yang kurang baik.<sup>1</sup>

Menurut keadilan Ekonomi, setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat. Setiap individu pun harus terbebaskan dari eksploitasi individu lainnya. Islam dengan tegas melarang seorang muslim merugikan orang lain.<sup>2</sup> Hal ini pun telah ditegaskan juga di dalam Al-Qur’an sebagai berikut:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

*“Dan janganlah kalian merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kalian merejalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.*(Asy-Syu’ara’: 183)<sup>3</sup>

Konsep keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain. Telah

---

<sup>1</sup> Amir Machmud. Rukmana, *Bank Syariah, Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di indonesia*, (Bandung: Erlangga, 2010), h.337.

<sup>2</sup> Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 15.

<sup>3</sup> Surah Asy-Syu’ara Ayat 183. [tafsirq.com/26-asy-syuara/ayat-183](http://tafsirq.com/26-asy-syuara/ayat-183). Diakses tanggal 17 Januari 2021.

banyak studi membuktikan daya tahan sektor UKM menghadapi berbagai terpaan kesulitan ekonomi bahkan dalam masa resesi atau krisis. Akses kredit inilah yang menjadi harapan bagi UKM untuk mengembangkan usaha mereka. Terbukti sekitar 40 ribu pengusaha kecil mengalami peningkatan peringkat menjadi pengusaha kelas menengah dengan memanfaatkan fasilitas Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang disediakan oleh perbankan. Efek peningkatan peringkat ini dirasakan dampaknya secara luas oleh masyarakat mengingat jumlah usaha kecil di Indonesia sangat banyak. Hingga saat ini jumlah pengusaha mikro, kecil dan menengah mencapai 53 juta orang.<sup>4</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “Ketahanan” berdasar dari kata tahan memiliki arti “tetap keadaannya (kedudukannya dan sebagainya) meskipun mengalami berbagai hal, tidak lekas rusak (berubah, kalah, luntur, dan sebagainya), kuat atau sanggup menderita (menanggung) sesuatu dapat menyabarkan (menguasai diri)”. Sedangkan ketahanan memiliki arti tahan (kuat), kekuatan (hati, fisik), dan atau daya tahan. Oleh karena itu ketahanan perbankan dapat diartikan sebagai sebuah kekuatan, kemampuan, daya tahan, dan keuletan sistem perbankan dalam menghadapi tantangan, ancaman, hambatan, dan gangguan yang datang dari luar ataupun dari dalam, yang secara langsung atau tidak langsung membahayakan sistem perbankan.<sup>5</sup>

Ketika adanya produk dari Perbankan Konvensional yang dapat menjadi pemicu persaingan, hal ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk mencari strategi atau pun terobosan bagi Perbankan Syariah untuk terus mempertahankan kelembagaannya. Dalam hal strategi pengembangan Perbankan Syariah dan produk-produknya, Indonesia memilih pendekatan yang bertahap dan berkesinambungan (*gradual and sustainable*) yang sesuai syariah (*comply sharia principles*) dan tidak mengadopsi akad-akad kontroversional. Pendekatan bertahap dan berkesinambungan memungkinkan perkembangan yang sesuai dengan keadaan dan kesiapan pelaku tanpa dipaksakan serta membentuk sistem yang kokoh dan tidak rapuh. Sementara itu, pendekatan yang berhati-hati yang

---

<sup>4</sup> Ihda A Faiz. “Ketahanan Kredit Perbankan Syariah Terhadap Krisis Keuangan Global” dalam Jurnal Ekonomi Islam No. 02 Vol. 4, Desember 2010, h.218.

<sup>5</sup> <https://kbbi.web.id/bank.html>. Diakses tanggal 17 Januari 2021.

sesuai dengan prinsip Syariah menjamin produk-produk yang ditawarkan terjamin kemurnian Syariahnya dan dapat diterima masyarakat luas dan dunia internasional.<sup>6</sup>

Ketika memahami persoalan yang melingkari usaha ekonomi kecil, maka kehadiran lembaga keuangan syariah merupakan momentum strategis upaya pembebasan masyarakat pengusaha kecil dari kesulitan pendanaan dalam mengembangkan usaha ekonomi mereka. Strategi pengembangan Perbankan Syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetensi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kekuatan dan kelemahan Perbankan Syariah saat ini.<sup>7</sup> Oleh karena itu, Perbankan Syariah harus mampu bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama dengan adanya produk Bank Konvensional yang dianggap lebih ringan dari segi margin, dimana masyarakat lebih merasa ringan dengan bunga dibanding bagi hasil. Perbankan syariah dituntut mempunyai strategi mempertahankan eksistensinya untuk dapat meneruskan kinerja perbankan dan melanjutkan misi sosial dan bisnis tanpa bunga.

Berdasarkan pemahaman di atas dapat dipahami bahwa Perbankan Syariah dalam hal ini BPR Syariah, perlu mengupayakan usaha dalam rangka mempertahankan kelembagaan di tengah persaingan dengan Produk Perbankan Konvensional.

PT BPRS Puduarta Insani merupakan salah satu bank yang berkantor pusat di Jl. Besar Tembung menjadi salah satu alternatif peminjaman atau pembiayaan bagi para pengusaha, maupun pedagang pasar disekitar Jl. Besar Tembung. Termasuk pertanian dimana pertanian ini masuk kedalam ekonomi yang menengah ke bawah yang masih membutuhkan tambahan modal untuk meningkatkan usahanya. PT BPRS Puduarta Insani kantor pusat Tembung tidak hanya berorientasi pada kegiatan yang bersifat sosial saja, namun bank juga sebagai lembaga yang berorientasi bisnis yang dapat menyalurkan pembiayaannya

---

<sup>6</sup> Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 203.

<sup>7</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 227.

kepada masyarakat sebagai tambahan modal untuk meningkatkan usahanya. Pada dalam hal pembiayaan, PT. BPRS Puduarta Insani tidak akan lepas dari persaingan terutama dengan Bank Konvensional. Munculnya produk yang lebih meringankan masyarakat dari sisi margin, membuat PT BPRS Puduarta Insani perlu merencanakan strategi agar dapat mempertahankan nasabah mereka, terutama nasabah yang memiliki reputasi baik serta pembiayaan yang cukup besar.

Menurut *Supervisor Marketing* PT BPRS Puduarta Insani mengemukakan bahwa Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) menjadi tantangan bagi BPRS dan menjadi salah satu pesaing BPRS dalam menarik minat nasabah. Hal ini mempengaruhi Resistensi BPRS dalam memberikan pelayanannya. Dilihat dalam ruang lingkup perbankan, KUR cukup menasar pangsa pasar BPRS karena KUR menawarkan bunga rendah. Dapat dikatakan BPRS sedang bersaing ketat dengan produk KUR di bank Konvensional. Praktisi PT BPRS Puduarta Insani menambahkan terdapat wacana bahwa seharusnya BPRS juga ikut menjadi mitra KUR, tetapi itu baru usulan, untuk kepastiannya masih dalam pertimbangan.<sup>8</sup>

PT BPRS Puduarta Insani Tembung mempunyai jumlah nasabah pembiayaan sebanyak 775 nasabah pada tahun 2020. Dari jumlah tersebut rata-rata pembiayaan yang diajukan adalah modal kerja. Peneliti menemui sebuah kasus bahwa terdapat nasabah pembiayaan mulai tertarik dengan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kehadiran produk KUR tentu akan mengurangi jumlah nasabah pembiayaan PT BPRS Puduarta Insani, bila beralih ke produk KUR tersebut. Terhitung sekitar 5% nasabah PT BPRS Puduarta Insani beralih ke produk KUR. Inilah tantangan serius yang harus dihadapi PT BPRS Puduarta Insani melalui suatu strategi agar dapat meresistensi sebagai Lembaga yang berkecimpung di dunia Perbankan Syariah. Apabila PT BPRS Puduarta Insani tidak mampu melakukan resisten, bisa saja bukan lagi 5% nasabah yang beralih, tapi bisa naik ke angka yang lebih tinggi.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Supervisor Marketing PT. BPRS Puduarta Insani Tembung pada 19 Januari 2021.

<sup>9</sup> Wawancara dengan Account Officer PT. BPRS Puduarta Insani Tembung pada 19 Januari 2021.



Nasabah memang unsur terpenting terhadap kegiatan bisnis perbankan. terjadinya perputaran arus keuangan seperti *funding* dan *landing* juga berasal dari nasabah yang diperuntukkan pun kepada nasabah. Kuantitas nasabah menjadi ukuran keberhasilan perbankan dalam melaksanakan strateginya maupun upaya resistensi. Produk KUR mulai ada pada lembaga keuangan konvensional wilayah Tembung sejak tahun 2018. Setiap periodenya lembaga keuangan konvensional juga mempunyai pencapaian target, maka produk KUR ini baru bisa berjalan pada tahun 2018 karena sebelumnya perbankan konvensional terlebih dahulu fokus pada target yang ingin mereka capai.

Pada PT BPRS Puduarta Insani terdapat penurunan nasabah sejumlah 5% sejak hadirnya produk KUR dalam perbankan konvensional dengan uraian data sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Laporan Jumlah Nasabah Pembiayaan PT. BPRS Puduarta Insani Periode Tahun 2017-2020**

<b>Keterangan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Jumlah nasabah Pembiayaan sebelum adanya produk KUR	925	838		
Jumlah nasabah Pembiayaan setelah adanya produk KUR			791	775

**Sumber:** Data Laporan PT.BPRS Puduarta Insani

Dari table di atas, dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan di PT BPRS Puduarta Insani pada tahun 2017 sebanyak 925 nasabah. Namun, pada tahun 2018 jumlah nasabah pembiayaan di BPRS tersebut menurun menjadi 838 nasabah. Tepat pada tahun 2019 ketika produk KUR hadir di daerah Tembung, jumlah nasabah pembiayaan yang ada di BPRS mengalami penurunan menjadi 791 nasabah, hingga akhirnya pada tahun 2020 jumlah nasabah pembiayaan tersebut masih tetap mengalami penurunan menjadi 775 nasabah.

Selain dari jumlah nasabah pada pembiayaan yang terus menurun setiap tahunnya sebesar 5%, terdapat juga laporan penurunan jumlah dari masing-masing pembiayaan yang ada di PT BPRS Puduarta Insani sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**Laporan Pembiayaan PT BPRS Puduarta Insani Periode 2017 Sampai 2020**

Produk Pembiayaan	Jumlah Pembiayaan			
	2017	2018	2019	2020
<i>Murabahah</i>	42.083.176.236	36.898.875.182	34.496.911.584	31.554.306.114
<i>Ijarah</i>	11.100.000	7.500.000	395.120.000	308.286.800
Multi Jasa	65.991.198	15.704.927	-	510.580
<i>Mudharabah</i>	-	-	-	200.000.000

**Sumber:** Data Laporan Keuangan Tahunan PT BPRS Puduarta Insani

Dari data yang ditunjukkan oleh table 1.2 menunjukkan bahwa, produk pembiayaan yang masih tetap eksis di PT BPRS Puduarta Insani yaitu Produk *Murabahah* walaupun jumlah pembiayaan setiap tahunnya mengalami penurunan dimana pada tahun 2017 jumlah pembiayaannya sebesar Rp 42.083.176.236 hingga pada tahun 2020 menjadi sebesar Rp 31.554.306.114. Untuk produk selanjutnya yang bisa dikatakan juga tetap eksis yakni produk *Ijarah* di mana jumlah pembiayaan setiap tahunnya berfluktuatif dimulai dari tahun 2017 sebesar Rp 11.100.000. Namun di tahun 2018 mengalami penurunan sebesar Rp 7.500.000. Tetapi jumlah pembiayaan *ijarah* kembali mengalami kenaikan di tahun 2019 menjadi Rp 395.120.000. Hingga akhirnya jumlah pembiayaan tersebut kembali mengalami penurunan di tahun 2020 menjadi sebesar Rp 308.286.800. Untuk produk Multi Jasa sendiri jumlah pembiayaannya terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2019, tidak ada nasabah yang melakukan pembiayaan multi jasa tersebut. Namun di tahun 2020 terdapat nasabah yang melakukan pembiayaan multi jasa sebesar Rp 510.580. Untuk pembiayaan *Mudharabah* dari tahun 2017 hingga 2019 tidak ada nasabah yang

melakukan pembiayaan tersebut. Tetapi di tahun 2020 terdapat nasabah yang melakukan pembiayaan *mudharabah* sebesar Rp 200.000.000.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik membahas permasalahan diatas dengan judul **“Resistensi PT. BPRS Puduarta Insani Tembung Dalam Menghadapi Produk Kredit Usaha Rakyat Bank Konvensional.”**

## **B. Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah di paparkan di atas, maka penulis mengemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana resistensi PT. BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi produk Kredit Usaha Rakyat jika ditinjau dari strategi bertahan?
2. Bagaimana resistensi PT. BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi produk Kredit Usaha Rakyat jika ditinjau dari strategi bersaing?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui resistensi pada PT. BPRS Puduarta Insani agar mampu bertahan terhadap produk Kredit Usaha Rakyat jika ditinjau dari strategi bertahan.
2. Untuk mengetahui resistensi pada PT. BPRS Puduarta Insani agar mampu bersaing terhadap produk Kredit Usaha Rakyat jika ditinjau dari strategi bersaing.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Sebagai sarana untuk menerapkan dan mengembangkan pengetahuan serta menambah pengetahuan di bidang perbankan syariah dan sebagai bahan pembandingan secara teori dan fakta atau kenyataan yang terjadi di lapangan.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Lembaga Perbankan

Penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan masukan (pengetahuan) bagi para praktisi bank syari'ah dalam menerapkan Resistensi atau pertahanan Perbankan Syariah dalam persaingan dengan Bank Konvensional di masa yang akan datang.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai suatu hasil karya yang dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau pihak yang memiliki keterkaitan meneliti di bidang yang sama.

### E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan suatu gambaran dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis menggunakan sistematika penulisan yang terbagi menjadi 3 bab, yaitu:

**BAB I** : Merupakan pendahuluan bab ini yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II** : Membahas tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, Konsep Resistensi, Kredit Usaha Rakyat, Strategi Bertahan dan Strategi Bersaing dalam Perbankan, Kajian Terdahulu dan Alur Penelitian.

**BAB III** : Metode penelitian yang menguraikan tentang pendekatan pada penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, subjek penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan bahan, serta analisis data yang digunakan dan keabsahan data.

**BAB IV** : Pada bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai segala informasi tentang PT BPRS Puduarta Insani, jumlah data para responden dan tentang strategi bertahan serta strategi bersaing PT BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi produk Kredit Usaha Rakyat kemudian menganalisis resistensi apa yang digunakan oleh PT BPRS Puduarta Insani dalam strategi bertahan dan strategi bersaing tersebut.

**BAB V** : Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Konsep Resistensi

##### 1. Pengetian Resistensi

Arti kata resistensi di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata *resistance* adalah sikap untuk berperilaku bertahan, berusaha melawan, menentang atau upaya oposisi pada umumnya sikap ini tidak berdasarkan atau merujuk pada paham yang jelas.<sup>10</sup> Kata Resistensi di dalam kamus ilmiah kontemporer mengandung arti daya tahan hambatan, penolakan, dan daya tolak.<sup>11</sup>

Resisten/ resistensi atau penolakan sikap bertahan yang terjadi ketika ada sesuatu yang mengancam nilai seseorang atau individu. Ancaman tersebut bisa saja real atau sebenarnya hanya suatu persepsi saja. Dengan kata lain, ancaman ini bisa saja muncul dari pemahaman yang memang benar atas perubahan yang terjadi atau sebaliknya karena ketidakpahaman atas perubahan yang terjadi.<sup>12</sup>

Teori tentang resistensi yang dikemukakan oleh James Scott merupakan sebuah respon terhadap suatu inisiatif perubahan, suatu respon hasil rangsangan yang membentuk kenyataan dimana individu hidup dalam menghadapi berbagai tekanan yang dilakukan pemerintah yang dirasa sangat membatasi ruang gerakanya.<sup>13</sup>

Resistensi terhadap perubahan menurut Oreg (2003) adalah perilaku karyawan yang ditandai dengan munculnya reaksi emosi negatif terhadap

---

<sup>10</sup> <https://kbbi.web.id/resistensi>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2021.

<sup>11</sup> M.D.J Al-Barry, Sofyan Hadi A.T, *Kamus Ilmiah Kontemporer dilengkapi Pedoman Pembentukan Istilah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), h. 263.

<sup>12</sup> Rifka Amelia Laihad, Victor P.K Lengkong, Regina T Saerang, “Analisis Faktor yang Menyebabkan Resistensi dalam Proses Perubahan Organisasi di Otoritas Jasa Keuangan Sulawesi Utara” dalam Jurnal EMBA, No. 01 Vol. 7, Januari 2019, h. 531.

<sup>13</sup> Satriani, “Resistensi Sosial Masyarakat Suku Bajo Studi Kasus Atas Perlawanan Masyarakat di Pulau Masudu” dalam Jurnal Neo Societal, No. 02 Vol. 3, 2018, h. 408-415.

perubahan, enggan melakukan suatu perubahan, memiliki fokus jangka pendek ketika bekerja dan memiliki pemikiran yang kaku.<sup>14</sup>

Sebuah sikap atau bisa dikatakan aksi berusaha, bertahan dan upaya melawan terhadap suatu hal yang dianggap menjadi serangan, adalah definisi resistensi pada umumnya, bisa juga diartikan sebagai cara agar tetap tumbuh maupun berdiri di tengah guncangan suatu tantangan.

## 2. Bentuk-Bentuk Resistensi

Sebagai bentuk resistensi perbankan syariah, maka pada sistem perbankan yang berbasis pada prinsip berbagi risiko dan bagi hasil memiliki beberapa hal:

### a. Pencari rutinitas (*routine seeking*)

Melibatkan sejauh mana individu menikmati dan berusaha keluar dari lingkungan yang stabil dan rutin, serta mencerminkan keengganan untuk menyerah kebiasaan lama individu dan preferensi tingkat stimulasi rendah atas hal baru.

### b. Reaksi emosional (*emotional reaction*)

Mencerminkan sejauh mana individu merasa stress dan tidak nyaman dalam menanggapi perubahan.

### c. Fokus jangka pendek (*short-term-focus*)

Melibatkan sejauh mana individu disibukkan dengan ketidaknyamanan jangka pendek dibandingkan dengan potensi keuntungan jangka panjang perubahan dan dengan itu timbul intoleransi.

### d. Kekakuan kognitif (*cognitive rigidity*)

Diidentifikasi sebagai sumber perlawanan dan merupakan bentuk keras kepala dan keengganan untuk mempertimbangkan ide-ide dan perspektif alternatif.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Heny Tria Wahyuni Diah, "Resistensi Perubahan Disposisional dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Operator Sistem Akuntansi Instansi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional" dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis No. 03 Vol 7, Desember 2015. h. 226.

<sup>15</sup> *Ibid*,..

### 3. Faktor-Faktor Resistensi

Tentunya terdapat faktor-faktor yang menyebabkan munculnya resistensi, terlebih dalam industri Perbankan sendiri yang penuh persaingan. Dari persaingan tersebut resistensi muncul sebagai dorongan agar dapat bertahan. Adapun penyebab terjadinya resistensi yaitu sebagai berikut:

- a. Rasionalitas pemeluk Islam dalam berekonomi, dimana pengejaran keuntungan materi tidak mempertimbangkan persoalan halal haramnya riba.
- b. Pemahaman masyarakat terhadap Bank Syariah masih rendah.
- c. Belum adanya dukungan bulat dari institusi keagamaan seperti Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah tentang haramnya bunga sebagai riba.

### 4. Bentuk Resistensi Berdasarkan Strategi Bertahan dan Strategi Bersaing

#### a. Strategi Bertahan Perbankan Syariah

Setiap produk mengalami perubahan dalam selera konsumen. Persaingan yang cepat membuat perusahaan harus mengembangkan arus produk dan jasa secara terus menerus, tidak terkecuali lembaga perbankan dimana dalam hal ini BPRS pengembangan produk dan daur hidup produk merupakan salah satu solusi untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Keberhasilan perbankan dalam menghadapi lingkungan persaingan juga ditentukan oleh beberapa strategi berikut:

- 1) Produk adalah kesatuan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat dibeli atau dikonsumsi pasar untuk memuaskan kebutuhan.<sup>16</sup> Beberapa alternative strategi produk perbankan yaitu:

#### a) Pengembangan produk

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha

---

<sup>16</sup> Aisyah Amalia, "Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Bauran Pasar dan SWOT pada Perusahaan Popsy Tubby" dalam Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis No.13 Vol 1, Agustus 2016, h. 299.

meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Strategi ini digunakan agar nasabah semakin mengenal produk serta merangsang pertumbuhan pasar.

b) Siklus daur hidup produk

Daur hidup produk merupakan langkah atau perangkat yang digunakan oleh pemasar tradisional untuk merumuskan strategi pasar bagi beragam produk. Produk akan melalui empat tahap yaitu pengenalan, pertumbuhan, kematangan dan penurunan. Masing-masing tahap memiliki karakter.<sup>17</sup>

2) Tempat merupakan strategi yang berkaitan dengan penempatan perusahaan atau lokasi penjualan produk agar mempermudah konsumen menjangkau tempat tersebut. Tempat atau lokasi bisa mempengaruhi ketersediaan produk di pasar dan kemudahan jangkauan konsumen. Tempat juga merupakan basis lokasi kantor operasional dan administrasi perusahaan yang memiliki nilai strategis yang memperlancar dan mempermudah penyampaian produk strategi melalui saluran distribusi sebagai berikut:<sup>18</sup>

a) Perlu upaya-upaya yang lebih progresif bukan saja dari praktisi, tetapi juga dari pemerintah dan ulama untuk mendorong pemenuhan legalitas instrumen syariah guna memberi ruang yang lebih lebar bagi tumbuhnya bank syariah. Usaha yang dilakukan untuk mengembangkan aspek legalisasi harus di dahului dengan upaya- upaya dari berbagai pihak untuk mensosialisasikan sistem Bank Syariah.

b) Peningkatan Bank Syariah perlu dukungan akademisi, keterlibatan akademisi akan membangun kontruksi lembaga keuangan syariah lebih masuk akan dan bisa diterima oleh

---

<sup>17</sup> Rahmat Efendi, Mikhriani, “*Analisis Kondisi Bisnis BPRS Dalam Meningkatkan Pasar Industri Jasa Perbankan*”, dalam Jurnal MD ,Januari-Juni 2015, h. 80.

<sup>18</sup> Ita Nurcholifah, “*Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*”, dalam Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies No. 01 Vol. 4/, Maret 2014, h.81.



banyak pihak. Oleh karena itu, hubungan antara praktisi akademisi Bank Syariah tidak bisa di pisahkan dalam meningkatkan keterlibatan Bank Syariah dalam membentuk sistem ekonomi masyarakat.

3) Partisipan adalah penyedia jasa layanan maupun penjualan atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri.<sup>19</sup> Strategi yang dapat dilakukan perusahaan antara lain:

a) Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia di bidang Perbankan Syariah. Hal ini di perlukan untuk memicu pengembangan Bank Syariah. Usaha untuk mengembangkan sistem pendidikan yang mengintegrasikan teori dan praktek Perbankan Syariah diperlukan dalam upaya meningkatkan integritas Bank Syariah di tengah- tengah masyarakat akademik dan non akademik.

a) Memperhatikan faktor yang tidak bertentangan dengan syariah. Artinya bidang usaha yang akan di biayai tidak saja harus mampu mendatangkan profit, tetapi juga harus menghasilkan barang atau jasa yang halal (*halalan thayibah*). Dengan prinsip ini, Bank Syariah tidak akan memberikan pembiayaan pada suatu usaha yang bertentangan dengan syariah Islam, meskipun diyakini akan memberikan tingkat keuntungan yang besar.

b. Strategi Bersaing Perbankan Syariah

Strategi Persaingan dihubungkan dengan daur hidup produk, yang berbeda untuk masing-masing perusahaan. Setiap perusahaan menginginkan agar produknya dapat hidup dalam tahap kedewasaan dan berusaha mempertahankan jangka waktu produknya pada tahap ini. Keadaan yang tidak diinginkan menjadi kenyataan ketika produk memasuki tahap penurunan. Ini merupakan keadaan yang sedang

---

<sup>19</sup> Dewi Diniaty, Agusrinal “Perencanaan Strategi Pemasaran pada Produk Anyaman Pandan”, dalam Jurnal Sains, Teknologi dan Industri No. 02 Vol. 11/, Juni 2014, h. 178.

menurun secara absolut dalam penjualan unit selama periode terus menerus. Adapun kaitannya dengan persoalan strategi persaingan Perbankan Syariah, ada beberapa solusi yang menjadi layak untuk diterapkan, yaitu:

1) Edukasi

Kegiatan edukasi merupakan strategi mendasar untuk menumbuhkan pemahaman terhadap ekonomi syariah pada umumnya dan perbankan syariah khususnya, bagi semua lapisan masyarakat termasuk generasi muda dan anak-anak. Kegiatan edukasi yang dapat dijadikan strategi perbankan syariah ialah:

- a) Meyakinkan masyarakat khususnya masyarakat muslim di Indonesia untuk menabung dan berhubungan dengan perbankan syariah secara intensif.
- b) Pendekatan rasional meliputi pelayanan yang memuaskan, tingkat bagi hasil dan margin yang bersaing serta kemudahan akses dan fasilitas. Pendekatan rasional juga bermakna menggunakan akal sehat dan cerdas dalam memilih bank syariah.
- c) Pendekatan moral etis adalah penjelasan rasional tentang dampak sistem ribawi bagi ekonomi negara, bangsa dan masyarakat secara agregat, dan dampaknya terhadap ekonomi dunia. Dengan penjelasan itu, secara moral, tanpa memandang agama, semua orang akan terpanggil untuk meninggalkan sistem riba.
- d) Pendekatan spiritual pendekatan emosional keagamaan karena sistem dan label syariah yang melekat pada bank syariah. Pendekatan ini cocok bagi mereka yang taat menjalankan agama, atau masyarakat yang loyal kepada aplikasi syariah

2) Promosi

Promosi merupakan bentuk edukasi yang terarah pada segmen pasar potensial dan produk yang akan ditawarkan. Berdasarkan

kenyataan bahwa masyarakat belum banyak mengerti prinsip dan operasionalisasi bank syariah, maka strategi promosi yang di kedepankan adalah promosi dengan sistem bank syariah. Bentuk strategi melalui promosi di antaranya:

- a) Melakukan sosialisasi dan promosi intensif tentang konsep perbankan syariah, termasuk menjelaskan keuntungan menabung dan mengambil kredit di perbankan syariah.
- b) Langkah-langkah untuk mensosialisasikan keberadaan BPR Syariah, bukan saja produknya tetapi sistem yang digunakannya perlu diperhatikan. Upaya ini dapat dilakukan melalui BPR Syariah sendiri dengan menggunakan strategi pemasaran yang halal, seperti: melalui Informasi mengenai BPR Syariah di media- media masa. Hal lain yang di tempuh adalah perlunya kerjasama BPR Syariah dengan lembaga pendidikan atau non pendidikan yang mempunyai relevansi dengan visi dan misi BPR Syariah untuk mensosialisasikan keberadaan BPR Syariah.

### 3) Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM)

Untuk meningkatkan kemajuan bank syariah, sudah tentu harus memiliki SDM yang profesional dan kompeten. Beberapa strategi yang dapat berkaitan dengan peningkatan sumber daya manusia (SDM) perbankan syariah:

- a) Melakukan perekrutan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dengan sistem manajemen modern dan kompetitif.
- b) Usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas SDM dapat dilakukan melalui pelatihan-pelatihan mengenai lembaga keuangan syariah serta lingkungan yang mempengaruhinya. Untuk itu diperlukan kerjasama diantara BPR Syariah atau kerjasama BPR Syariah dengan lembaga pendidikan untuk membuka pusat pendidikan lembaga keuangan syariah atau

kursus pendek (*short course*) lembaga keuangan syariah. Pusat pendidikan dan shortcourse tersebut memiliki tujuan untuk menyediakan SDM yang siap kerja di lembaga keuangan syariah, khususnya BPR Syariah.

- c) Penguasaan ilmu dan teknologi adalah persyaratan utama bagi kemajuan dalam berbagai bisnis perjuangan. Lebih-lebih dalam konteks persaingan bisnis pada jaman menggeliyatnya ilmu dan teknologi saat ini. Tanpa penguasaan dan usaha terus menerus untuk meningkatkan dan memperbarui ilmu pengetahuan yang relevan, maka konsep bisnis dan keberlangsungannya tidak akan dapat dipertahankan.

#### 4) Bukti fisik

Bentuk pelayanan kepada nasabah perbankan syariah ini juga merupakan bukti nyata yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik (*Physical Evidence*) bagi para nasabahnya, yang suatu hari nanti diharapkan akan memberikan sebuah testimonial positif kepada masyarakat umum guna mendukung percepatan perkembangan perbankan syariah menuju arah yang lebih baik lagi dari saat ini. Bukti Fisik sebagai bagian dari strategi perbankan syariah yang dapat diterapkan antara lain:

- a) Membangun hubungan baik dengan berbagai Pakar Perbankan termasuk menerima masukan (*Advise*) dari mereka. Dan menjadikan masukan tersebut sebagai pendukung pengambilan keputusan.
- b) Melalui pemetaan potensi dan optimasi ekonomi daerah akan diketahui berapa besar kemampuan BPR Syariah dan lembaga keuangan syariah yang lain dalam mengelola sumber-sumber ekonomi yang ada. Dengan cara itu dapat dilihat kesinambungan kerja di antara BPR Syariah. Demikian juga kesinambungan kerja BPR Syariah dengan Bank syariah atau BMT. Sehingga hal ini akan meningkatkan koordinasi diantara

lembaga keuangan syariah.

- c) BPR Syariah bertanggung jawab terhadap masalah keislaman masyarakat dimana BPR Syariah tersebut berada, maka perlu dilakukan kegiatan rutin keagamaan dengan tujuan meningkatkan kesadaran peran islam dalam bidang ekonomi. Demikian juga dengan pola ini dapat membantu BPR Syariah dalam mengetahui gejala-gejala ekonomi sosial yang ada di masyarakat. Hal ini akan menjadikan kebijakan BPR Syariah di bidang keuangan lebih sesuai dengan kondisi masyarakat (*Maketable*).
- d) Mencermati kondisi sektoral dan regional. Hal ini diperlukan mengingat kondisi dan prospek suatu sektor atau suatu daerah tertentu sangat berbeda dengan kondisi serta prospek secara makro.

## **B. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah**

### **1. Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah**

Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukumnya dapat berupa: Perseroan Terbatas/PT, Koperasi atau Perusahaan Daerah (Pasal 2 PBI No. 6/17/PBI/2004). Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 menyebutkan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) yaitu Bank Syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>20</sup>

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

---

<sup>20</sup> Khotibul Umam, *Trend pembentukan Bank Umum Syari'ah Pasca Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Konsep, Regulasi, dan Implementasi*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 2009), h.41.

lintas pembayaran.<sup>21</sup> Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tidak dapat dikonversi menjadi Bank Perkreditan Rakyat (BPR).<sup>22</sup>

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang didirikan dengan tujuan untuk melayani usaha mikro dan kecil yang beroperasi berdasarkan sistem syariah sesuai dengan UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan dan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 16/17/2004 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah berdasarkan prinsip syariah.<sup>23</sup>

Dalam Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syari'ah telah mengatur secara khusus eksistensi Bank Syari'ah di Indonesia. Undang-Undang tersebut melengkapi dan menyempurnakan UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang belum spesifik sehingga perlu diatur khusus dalam Undang-Undang tersendiri. Menurut Pasal 18 UU No. 21 Tahun 2008, Bank Syari'ah terdiri atas Bank Umum Syari'ah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah.

## 2. Tinjauan dan Karakteristik BPRS

Ada beberapa tujuan dari pendirian BPRS di dalam perekonomian, yaitu sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan.
- b. Menambah lapangan kerja, terutama ditingkat kecamatan sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.
- c. Membina semangat *ukhuwah islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas

---

<sup>21</sup> Ahmad Ifham, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 3.

<sup>22</sup> Atika, "Pengaruh Inflasi, Non Performing Financing (NPF) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah di Indonesia (Periode 2006-2016)", Jilid. 10, September 2019, h. 210.

<sup>23</sup> Tri Hendro. Conny Tjandra Raharja., *Bank dan Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*, (Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2014). h. 235.

hidup yang memadai.<sup>24</sup>

- d. Untuk mempercepat perputaran aktivitas perekonomian karena sector *real* akan bergairah.<sup>25</sup>

Dalam aktivitas operasional perbankannya berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008, Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) dilarang melakukan kegiatan sebagai berikut:<sup>26</sup>

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

### 3. Jenis Pembiayaan BPRS

Menurut UU Perbankan No. 21 Tahun 2008, Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dalam Pasal 2 UU No. 21 Tahun 2008 dijelaskan: "Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah, demokrasi Ekonomi dan Prinsip Kehatian-hatian."<sup>27</sup> Pembiayaan

---

<sup>24</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah Deskripsi dan Ilustrasi*, Cet. Pertama, (Yogyakarta: EKONESIA, 2003), h. 85.

<sup>25</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP AMP, 2002), h. 56.

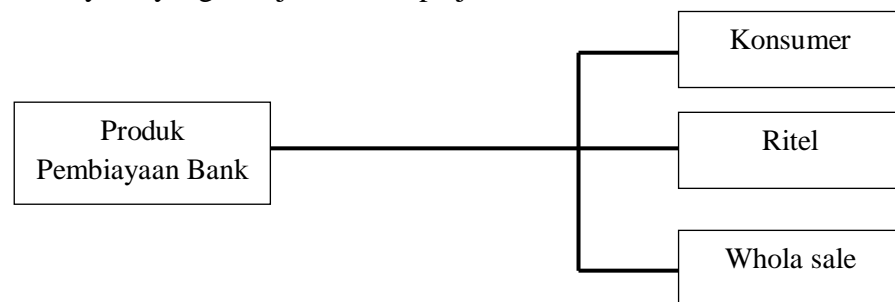
<sup>26</sup> Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syari'ah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h. 200.

<sup>27</sup> Rahma, Tri Indah Fadhila, "Analisis Persepsi Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Dosen Tamu Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU)," dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, No.01 Vol.3, Juli 2020, h. 66.

adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:<sup>28</sup>

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.
- b. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bit tamlik*.
- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam* dan *istishna*.
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*.
- e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multi jasa.

Dalam penyaluran dananya, bank syariah memiliki berbagai macam produk pembiayaan yang menjadi beberapa jenis antara lain:



**Gambar 2.1** Penyaluran dana pembiayaan Bank Syariah

- a. Pembiayaan konsumen merupakan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan pembayaran secara angsuran sesuai dengan Prinsip Syariah.<sup>29</sup>
- b. Pembiayaan ritel merupakan penyaluran dana yang diberikan kepada nasabah perorangan atau pun badan usaha dengan tujuan penggunaan kegiatan usaha. Besarnya plafon yang diberikan pada segmen ritel ini berbeda-beda pada setiap bank syariah.
- c. Pembiayaan modal kerja (PMK) merupakan penyaluran pembiayaan yang diberikan bank syariah kepada nasabah untuk membantu

<sup>28</sup> Muhammad Latief Ilhamy, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), h. 59.

<sup>29</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 367.



memenuhi kebutuhan modal kerja usaha yang dijalankan oleh nasabah pembiayaan tersebut. Pada umumnya pembiayaan modal kerja menggunakan akad *musyarakah* atau *mudharabah*, kecuali pembiayaan modal kerja yang berbasis pengadaan barang, asset atau *tangible asset*, maka akad yang digunakan adalah akad *murabahah*.

Khusus pembiayaan yang ada di dalam BPRS Puduarta insani ini yang dapat mampu bersaing dengan produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) di daerah Tembung yakni pembiayaan *murabahah*. Ada beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai acuan agar pembiayaan *murabahah* dapat bersaing dengan produk KUR bank konvensional, diantaranya:

- a. Pada bank syariah sejak awal mengajukan pembiayaan tidak dikenakan sejumlah bunga di dalam layanan mereka. Hal ini berbeda dengan bank konvensional, kredit yang dijalankan menggunakan sistem bunga dimana suku bunga tersebut bisa saja berubah sewaktu-waktu sesuai dengan suku bunga yang berlaku di pasar.
- b. Pada sistem pembiayaan konvensional, pihak nasabah sepenuhnya menanggung resiko apabila tidak dapat mengembalikan pinjaman. Sedangkan pada bank syariah, pihak bank sebagai kreditur juga ikut menanggung sebagian resiko tersebut.
- c. Didalam pengajuan KUR pada bank konvensional, hanya bisa dilakukan satu kali di dalam bank konvensional yang sama. Hal ini berbeda dengan pembiayaan *murabahah*. Pada pembiayaan *murabahah* dapat diajukan berulang kali, selama pembiayaan sebelumnya sudah terselesaikan dengan baik.<sup>30</sup>
- d. Dari segi plafond yang dapat diajukan, pada BPRS minimal plafond pembiayaan *murabahah* yang dapat diajuin sebesar Rp 3.000.000 dengan jangka waktu pembiayaan selama 12, 24 dan 36 bulan. Sedangkan plafond pada KUR konvensional yang ada di daerah Tembung baik itu Bank Sumut dengan minimal plafondnya sebesar Rp

---

<sup>30</sup> Wawancara dengan Account Officer PT. BPRS Puduarta Insani Tembung pada 22 Maret 2021.

5.000.000 dengan jangka waktu selama 12, 24, 36, 48 dan 60 bulan dengan ketentuan pokok ditambah dengan bunga.<sup>31</sup> Pada BRI minimal plafondnya sebesar Rp 26.000.000 dengan jangka waktu 6, 12, 18, 24, 36, 48 dan 60 bulan.<sup>32</sup> Serta untuk Bank Mandiri sendiri minimal besarnya plafond yang dapat diajukan yaitu Rp 10.0000.000 dengan jangka waktu 12, 18, 24, 30 dan 36 bulan.<sup>33</sup> Dari jumlah minimal plafond yang dapat diajukan, membuat BPRS Puduarta Insani dapat mengungguli dari produk KUR itu sendiri.

### C. Kredit Usaha Rakyat (KUR)

#### 1. Pengertian Kredits Usaha Rakyat

Istilah Kredit berasal dari bahasa Latin “*Creder*” yang artinya kepercayaan dari kreditur terhadap debitur yang berarti bahwa kreditur percaya bahwa debitur akan mengembalikan pinjaman beserta bunganya sesuai perjanjian kedua belah pihak.<sup>34</sup>

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah kredit/ pembiayaan yang di berikan oleh Perbankan kepada Usaha Mikro, kecil menengah (UMKM) yang feasible tapi belum bankable. Maksudnya adalah usaha tersebut memiliki prospek bisnis yang baik dan memiliki kemampuan untuk mengembalikan. Usaha Mikro, Kecil Menengah dan koperasi (UMKMK) yang di harapkan mampu mengakses Kredit Usaha Rakyat adalah yang bergerak di bidang usaha produktif antara lain: Pertanian, Perikanan dan kelautan, Perindustrian, kehutanan, dan Jasa keuangan simpan pinjam. Adapun plafon (juta rupiah) yang di berikan pemerintah untuk bank-bank yang di tunjuk yaitu, BRI Untuk KUR Mikro sebesar Rp. 17.897.532,59 Juta sedangkan ritelnya sebesar Rp 2.260.598,59Juta. Bank Mandiri untuk KUR Mikronya sebesar Rp 494.455,51

---

<sup>31</sup><https://www.zonakeuangan.com/2020/09/syarat-pengajuan-kur-bank-sumut.html>. Diakses pada tanggal 31 Maret 2021.

<sup>32</sup> <https://gopinjol.com/kur/tabel-kur-bri/>. Diakses pada tanggal 31 Maret 2021.

<sup>33</sup> <https://gopinjol.com/kur/syarat-tabel-kur-mandiri-bni/>. Diakses pada tanggal 31 Maret 2021.

<sup>34</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 101.

Juta, sedangkan ritelnya Rp 3.193577,43 Juta. Bank BNI untuk KUR Mikronya sebesar Rp 17.037,9 Juta dan KUR ritelnya Rp 1.679.826,98 Juta.<sup>35</sup>

Kredit yang diluncurkan oleh bank kepada calon debitur haruslah melalui serangkaian langkah-langkah atau pun proses yang dimulai sejak penerimaan permohonan kredit dari calon nasabah sampai akhirnya dikucurkan kepada calon debitur. Tahapan atau proses inilah yang disebut dengan prosedur kredit atau prosedur pemberian kredit.

## 2. Dasar Hukum Kredit Usaha Rakyat

Ada beberapa terdapat dasar hukum yang dimiliki oleh Kredit Usaha Rakyat (KUR) ini di antaranya:

- a. Keputusan Presiden No. 14 Tahun 2015 tentang Komite Kebijakan Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- b. Keputusan Presiden No.19 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden No. 14 Tahun 2015 tentang Komite Kebijakan Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- c. Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Selaku Ketua Komite Kebijakan Pembiayaan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tentang Pedoman Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat.
- d. Peraturan Menteri Koordinator bidang Perekonomian Nomor13 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Selaku Ketua Komite Kebijakan Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- e. Keputusan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Nomor 188 Tahun 2015 Tentang Penyalur KUR dan Perusahaan penjamin KUR.
- f. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Tata Cara pelaksanaan Subsidi Bunga untuk Usaha Kredit Rakyat.
- g. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 135 Tahun 2015 Tentang besaran Subsidi Bunga Kredit Usaha Rakyat.

---

<sup>35</sup> Ridwansyah, Rafiuddin, “*Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Makassar*” dalam Jurnal Riset, No. 09 Vol. 3, September 2017, h. 61.

- h. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 844 Tahun 2015 tentang Penunjukkan Kuasa pengguna Anggaran dalam rangka pembayaran Subsidi Bunga Untuk Kredit Usaha Rakyat.<sup>36</sup>

### 3. Jenis-Jenis Kredit Usaha Rakyat

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah jenis pembiayaan subsidi pemerintah yang disalurkan melalui lembaga keuangan. Pembiayaan KUR pada dasarnya disalurkan khusus untuk pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang ingin mengembangkan usahanya. Istilah KUR mungkin tidak asing lagi dikalangan masyarakat, namun masih ada beberapa masyarakat yang belum begitu memahami tentang istilah KUR dikarenakan banyaknya jenis serta setiap bank menyalurkan KUR yang berbeda-beda. Berikut jenis-jenis KUR dari setiap bank pada umumnya, antara lain:

- a. KUR Mikro merupakan KUR yang diprioritaskan kepada pelaku usaha mikro kecil menengah dengan tujuan investasi dan modal kerja dengan plafond sebesar Rp 25.000.000.
- b. KUR Kecil merupakan KUR yang diprioritaskan untuk pembiayaan modal usaha dan investasi bagi perorangan yang memiliki usaha produktif dengan plafond sebesar Rp 25.000.000 sampai dengan Rp 200.000.000.
- c. KUR Ritel merupakan KUR yang diberikan kepada masyarakat yang membutuhkan modal kerja dan investasi dengan plafond sebesar Rp 25.000.000 sampai dengan Rp 500.000.000.
- d. KUR TKI merupakan pinjaman yang diperuntukkan bagi TKI dengan plafond sebesar Rp 25.000.000.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, *Kumpulan Peraturan Tahun 2016 Kredit Usaha Rakyat*, (Jakarta: t.p. 2016), h. 4-38.

<sup>37</sup><https://www.portalilmu.com/2019/11/jenis-jenis-kredit-usaha-rakyat-atau-kur.html>, Diakses Pada Tanggal 22 Februari 2021.

#### 4. Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat

Pemerintah meluncurkan Kredit Usaha Rakyat pada tahun 2007. KUR bertujuan mendorong peningkatan akses UMKM dan koperasi kepada pembiayaan dari Perbankan melalui peningkatan kapasitas perusahaan penjamin. KUR adalah skema pembiayaan yang diperuntukkan khusus bagi UMKM dan koperasi yang usahanya layak namun tidak mempunyai agunan yang cukup sesuai persyaratan yang diterapkan oleh perbankan. Melalui KUR ini diharapkan permasalahan agunan yang menghambat UMKM mendapatkan pinjaman dari bank dapat teratasi. Dalam pelaksanaannya, program KUR tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini di antaranya terlihat dari angka kredit bermasalah (NPL) yang cukup tinggi. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan pemerintah, tingginya NPL diantaranya disebabkan oleh *side streaming*, kurangnya sosialisasi yang menyebabkan timbulnya persepsi bahwa KUR adalah hibah, lemahnya monitoring bank, serta kurangnya pemahaman SDM bank terhadap prosedur penyaluran KUR. Hingga akhirnya pada tahun 2014 pemerintah memutuskan menghentikan KUR untuk sementara waktu. Pada tahun 2015, pemerintah melalui Permenko No. 6 tahun 2015 sebagaimana diubah oleh Permenko No. 8 tahun 2015 melanjutkan kembali KUR dengan penguatan regulasi dan perbaikan skema. Ketentuan tersebut mengubah skema KUR yang semula merupakan skema penjaminan, menjadi skema subsidi dan penjaminan, penurunan suku bunga, dan perubahan cakupan penerima KUR. Dalam skema KUR tersebut, pemerintah juga lebih selektif dalam menetapkan bank pelaksana.<sup>38</sup>

Mendongkrak akses UMKM dan koperasi, demikian tujuan pemerintah meluncurkan Produk KUR pada tahun 2007, melalui produk ini permasalahan mengenai hambatan usaha yang tidak mempunyai agunan sesuai persyaratan, menjadi penyelesaian, meskipun produk KUR sempat dihentikan sementara pada tahun 2015, karena tidak berjalan nya KUR sesuai apa yang diharapkan,

---

<sup>38</sup> Chaerani Nisa, "Analisis Dampak Kebijakan Penyaluran Kredit Kepada UMKM Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan UMKM oleh Perbankan" dalam Jurnal Manajemen, No. 02 Vol. 11, September 2016, h. 219.

terlihat dari angka kredit bermasalah atau NPL yang cukup tinggi, produk ini masih menjadi perhatian BPRS sebagai saingan.

#### 5. Keunggulan dan Kelemahan Kredit Usaha Rakyat

Ada beberapa keunggulan yang dimiliki dalam produk KUR tersebut diantaranya:

- a. Kredit Usaha Rakyat mudah cepat dalam prosedur dan administrasi.
- b. Besaran Kredit Usaha Rakyat dan skim bunganya sesuai dengan harapan dan kebutuhan nasabah.
- c. Kredit Usaha Rakyat mampu meningkatkan usaha dan perekonomian nasabah.
- d. Jaminan Kredit Usaha Rakyat ringan.<sup>39</sup>

Keunggulan-keunggulan yang ada dalam produk KUR, hendaklah menjadi tanggapan serius, banyak kesesuaian yang ditawarkan KUR dalam merespon bisnis UMKM, BPRS diharuskan memberi respon yang mampu mendorong ketahanan.

Selain terdapatnya keunggulan pada produk KUR tersebut, KUR juga memiliki beberapa kelemahan diantaranya:

- a. Kredit Usaha Rakyat belum mampu meningkatkan pertumbuhan sector riil dan UMKM. Kredit Usaha Rakyat masih belum bisa di nilai maksimal untuk meningkatkan sektor riil dan UMKM karena hanya 58% dari nasabah yang mengalami kenaikan pendapatan kurang dari setengah pendapatan sebelumnya.
- b. Kredit Usaha Rakyat belum mampu mengatasi permasalahan kenaikan dan pengangguran. 58% dari nasabah menyatakan bahwa Kredit Usaha Rakyat tidak begitu mempengaruhi secara signifikan upaya lepas dari kemiskinan dan 77% dari nasabah menyatakan bahwa Kredit Usaha Rakyat belum bisa mengatasi masalah pengangguran dan kesempatan kerja.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Muhammad Nadrattuzaman Hosen, "Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat pada Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Pati" t.p. No.01 Vol. 3, Januari 2014, h. 70.

<sup>40</sup> *Ibid.*, h. 70.

## D. Strategi Bertahan dan Strategi Bersaing dalam Perbankan

### 1. Strategi Bertahan Dalam Perbankan

Menurut Snel dan Staring, strategi bertahan adalah sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara standar oleh individu dan rumah tangga yang menengah ke bawah secara sosial ekonomi.<sup>41</sup> Melalui strategi yang dilakukan, bisa menambah penghasilan lewat pemanfaatan sumber-sumber yang lain atau pun mengurangi pengeluaran lewat pengurangan kuantitas dan kualitas barang atau jasa.

Setiap produk mengalami perubahan dalam selera konsumen, persaingan yang cepat membuat perusahaan harus mengembangkan arus produk dan jasa baru secara terus menerus, tidak terkecuali lembaga perbankan dalam hal ini BPRS pengembangan produk dan daur hidup produk merupakan salah satu solusi untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Keberhasilan perbankan dalam menghadapi persaingan juga ditentukan oleh beberapa strategi berikut:

#### a. Produk

Produk adalah kesatuan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat dibeli atau dikonsumsi untuk memuaskan kebutuhan.<sup>42</sup> Terdapat beberapa alternatif strategi produk perbankan, yaitu:

##### 1) Pengembangan produk

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Strategi ini digunakan agar nasabah semakin mengenal produk serta merangsang pertumbuhan pasar.

---

<sup>41</sup> Irwan, "Strategi Bertahan Hidup Perempuan Penjual Buah-Buahan Studi Perempuan di Pasar Raya Padang Kecamatan Padang Barat Kota Padang Provinsi Sumatera Barat" dalam Jurnal Humanus. No.02 Vol. 15, 2015, h. 186.

<sup>42</sup> Aisyah Amalia, "Penerapan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Bauran Pasar dan SWOT Perusahaan Popsy Tuby" dalam Jurnal Manajemen dan Start-Up No. 03 Vol. 1. 2016.

## 2) Siklus daur hidup produk

Daur hidup produk merupakan langkah atau perangkat yang digunakan oleh pemasar tradisional untuk merumuskan strategi pasar bagi beragam produk. Produk akan melalui empat tahap yaitu pengenalan, pertumbuhan, kematangan dan penurunan. Masing-masing tahap memiliki karakteristik masing-masing.<sup>43</sup>

### b. Tempat

Tempat merupakan strategi yang berkaitan dengan penempatan perusahaan atau lokasi penjualan agar mempermudah konsumen menjangkau tempat tersebut, tempat atau lokasi yang bisa mempengaruhi ketersediaan produk di pasar dan kemudahan jangkauan konsumen.<sup>44</sup> Tempat juga merupakan basis lokasi kantor operasional dan administrasi perusahaan yang memiliki nilai strategis untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian produk, strategi melalui saluran distribusi adalah sebagai berikut:

- 1) Perlu upaya-upaya yang lebih progresif bukan saja dari praktisi, tetapi juga dari pemerintah dan ulama untuk mendorong pemenuhan legalitas instrument syariah guna member ruang yang lebih lebar bagi tumbuhnya bank syariah. Pengembangan legalisasi bank syariah dipengaruhi oleh permasalahan-permasalahan yang muncul pada bank syariah. Usaha yang dilakukan untuk mengembangkan aspek legalitas harus didahului dengan upaya-upaya dari berbagai pihak untuk mensosialisasikan sistem bank syariah.
- 2) Peningkatan bank syariah perlu dukungan akademisi, keterlibatan akademisi akan membangun konstruksi lembaga keuangan syariah lebih masuk dan bisa diterima oleh banyak pihak. Oleh karena itu, hubungan antara praktisi akademisi bank syariah tidak bisa

---

<sup>43</sup> Rahmat Efendi, "Analisis Kondisi Bisnis BPRS Dalam Meningkatkan Pasar Industri Jasa Perbankan" dalam Jurnal MD, Januari 2015, h. 80.

<sup>44</sup> Ita Nurholifah, "Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah" dalam Jurnal Khatulistiwa No. 01 Vol. 04, Maret 2014, h. 81.



dipisahkan dalam meningkatkan keterlibatan bank syariah dalam membentuk sistem ekonomi masyarakat.

c. Partisipan

Partisipan adalah penyedia jasa layanan maupun penjualan atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri.<sup>45</sup> Strategi yang dapat dilakukan perusahaan diantaranya:

- 1) Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia di bidang perbankan syariah. Hal ini diperlukan untuk memicu pengembangan sistem pendidikan yang mengintegrasikan teori dan praktek perbankan syariah diperlukan dalam upaya meningkatkan integritas bank syariah ditengah-tengah masyarakat akademik dan non akademik.
- 2) Memperhatikan factor yang tidak bertentangan dengan syariah. Artinya, bidang usaha yang akan dibiayai tidak saja mampu mendatangkan profit, tetapi juga harus menghasilkan barang atau jasa yang halal. Dengan prinsip ini, bank syariah tidak akan memberikan pembiayaan pada suatu usaha yang bertentangan dengan syariat islam.
- 3) Melakukan diversifikasi portofolio. Dalam memberikan pembiayaan bank syariah perlu mengupayakan agar pembiayaan tersebut tidak terkonsentrasi pada suatu sector ekonomi dan bidang usaha saja seperti halnya juga tidak terkonsentrasi pada seseorang atau sekelompok orang debitur saja serta tidak terkonsentrasi pada satu jenis pembiayaan.

2. Strategi Bersaing Dalam Perbankan

Menurut Michael Porter, strategi bersaing adalah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Definisi *competitive marketing strategi* atau strategi bersaing adalah

---

<sup>45</sup> Dewi Diniaty, "Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandang" dalam Jurnal Sains, Teknologi dan Industri No. 02 Vol. 11, Juni 2014, h. 178.

kombinasi antara akhir (tujuan) yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kebijaksanaan) dan perusahaan berusaha sampai ke sana.<sup>46</sup> Pokok perumusan strategi bersaing yaitu menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya, walaupun lingkungan yang relevan sangat luas, meliputi kekuatan-kekuatan sosial dan ekonomi. Aspek utama dari lingkungan perusahaan tersebut dapat bersaing. Tujuan strategi bersaing untuk suatu unit usaha dalam sebuah industri salah satunya menemukan posisi dalam industri tersebut di mana perusahaan dapat melindungi diri sendiri dengan sebaik-baiknya terhadap tekanan (daya) persaingan atau dapat mempengaruhi tekanan tersebut secara positif. Rivalitas dikalangan pesaing yang ada berbentuk perlombaan untuk mendapatkan posisi dengan menggunakan taktik seperti persaingan harga, perang iklan, memberikan hadiah, introduksi produk dan meningkatkan pelayanan atau jaminan kepada pelanggan. Persaingan terjadi karena satu atau lebih pesaing merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi bersaingnya.

Strategi bersaing yang efektif dapat dilakukan oleh bank dengan cara mengenali dan menilai pesaing utama, menilai tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan mereka serta pola reaksinya, kemudian bank harus memilih pesaing utama yang akan diserang atau dihindari, dengan cara ini bank dapat menemukan bidang-bidang keunggulan bersaing potensial dan kekurangannya, hal-hal yang harus diperlukan dalam bank di dalam menganalisis pesaing, yaitu:

a. Mengenali pesaing

Bank dapat mengenali pesaingnya dari sudut pandang industri dan bank harus memahami pola persaingan dalam industrinya bila berharap dapat menjadi pemain efektif dalam industri tersebut. Dari sudut pandangan pasar, bank dapat pula mengenali pesaingnya. Di sini mereka menetapkan pesaing sebagai bank yang mencoba memuaskan kebutuhan nasabah yang sama.

---

<sup>46</sup> Michael Porter, *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 35.

b. Memastikan tujuan pesaing

Setelah pihak bank mengetahui siapa pesaing utama, maka selanjutnya bank harus mengetahui strategi apa yang digunakan pesaing untuk merealisasikan tujuan tersebut. Bank harus pula memantau tujuan utama pesaing ingin memasuki segmen pasar yang sudah dilayani bank.

c. Mengenali strategi pesaing

Pada setiap industri, pesaing dapat dibagi ke dalam kelompok yang menjalankan strategi berbeda. Kelompok strategi adalah perusahaan atau bank dalam satu industri yang menempuh strategi yang sama atau serupa di suatu pasar sasaran. Bank perlu meneliti semua dimensi yang membedakan sekelompok strategi dalam industri perbankan, bank harus mengetahui mutu, sifat dan bauran produk atau jasa bunga, banyaknya kantor cabang dan lokasinya, kualitas tenaga penjual dan promosi yang digunakan pesaing. Demikian juga program riset dan informasi pemasaran pesaing strategi keuangan yang digunakan pesaing.

d. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing

Bank dapat belajar dari data sekunder untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing atau dapat pula dari pengalaman pribadi serta lewat riset pemasaran. Kini banyak bisnis yang memakai *benchmarking* (penetapan tolak ukur), membandingkan produk atau jasa terhadap produk atau jasa pesaing atau industry terkemuka lain untuk memperbaiki mutu dan kinerja.

e. Memperkirakan reaksi pesaing

Untuk mengetahui apa yang akan dilakukan oleh pesaing, pihak manajemen harus mengetahui bahwa, reaksi setiap pesaing berbeda ada yang tidak bereaksi cepat terhadap gerakan persaingan. Dalam industri tertentu, para pesaing hidup relative dalam harmoni. Mengetahui bagaimana pesaing utama bereaksi merupakan petunjuk terbaik bagi

bank untuk mengetahui besarnya manfaat untuk menyerang pesaing atau sebaiknya mempertahankan porsi bank saat ini.

f. Memilih pesaing untuk diserang dan dihindari

Suatu alat yang bermanfaat untuk menilai kekuatan dan kelemahan pesaing adalah analisis nilai pelanggan (*customer value analysis*). Tujuan analisis ini adalah menetapkan manfaat yang dinilai tinggi oleh nasabah sasaran dan bagaimana menghargai nilai relatif dan berbagai tawaran bank pesaing. Hal pertama yang harus dilakukan oleh bank adalah mengenali sifat-sifat utama yang dinilai tinggi oleh nasabah dan peringkatnya dimata nasabah. Kemudian bank harus menilai kinerja pesaing pada sifat-sifat yang dihargai tersebut. Kunci untuk memperoleh keunggulan pesaing adalah memperhatikan setiap segmen nasabah dan menguji bagaimanakah tawaran bank dibandingkan dengan tawaran pesaing utama. Jika tawaran bank lebih baik, maka bank dapat menetapkan harga lebih tinggi untuk meraih laba lebih tinggi atau menetapkan harga sama dengan segmen pasarnya naik. Akan tetapi, apabila prestasi bank untuk beberapa sifat penting lebih rendah dari pada pesaing utama, maka bank harus berusaha keras untuk memperkuat sifat-sifat tersebut atau mencari sifat penting yang dapat dikembangkan melebihi pesaing utama.

### **E. Kajian Terdahulu**

Adapun beberapa perbedaan dan persamaan penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya, yaitu terletak pada objek penelitian dan periode waktu penelitian. Meskipun pada umumnya ruang lingkup penelitian hampir sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu dengan menggunakan beberapa metode penelitian yang sama. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada satu objek penelitian Bank Syariah yaitu PT. BPRS Puduarta Insani.

**Tabel 2.1**  
**Kajian Terdahulu**

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Era Yudistira, 2017, “Analisis Perbandingan Antara Ketahanan Bank Dalam Menyalurkan Dana Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia”	Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan dengan teknik analisis deskriptif kualitatif.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan Ketahanan perbankan dari penyaluran dana yang telah dilakukan oleh bank, dapat dilihat berdasarkan persentase dari NPL untuk bank konvensional dan NPF untuk bank syariah. Persentase NPL/NPF dapat menunjukkan keadaan bank yang sebenarnya dalam pengelolaan penyaluran dananya kepada masyarakat. Pada hasil perbedaan penelitian di atas terdapat dengan peneliti lakukan, yaitu bahwa peneliti lebih membahas bagaimana Resistensi perbankan syariah dalam menghadapi Produk KUR pada PT Puduarta Insani akibat dari adanya produk KUR yang banyak menambah ranah persaingan serta merebut nasabah.
2.	Ihda Faiz, 2010, “Ketahanan Kredit Perbankan Syariah Terhadap Krisis Keuangan Global”.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.	Hasil penelitian ini menggambarkan stabilitas perbankan syariah serta keunggulan sistem kerja dan produk yang ditawarkan dibanding perbankan konvensional. Faktor yang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap NPF bank syariah adalah besarnya jumlah

			<p>pembiayaan dan tingkat PDB. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang lebih berfokus pada Strategi dalam Resistensi Perbankan Syariah pada PT. Puduarta Insani Tembung. Sedangkan penelitian di atas ditekankan pada kondisi ketahanan perbankan syariah pada krisis global.</p>
3.	<p>Muhammad Eka Rahman, “Uji Ketahanan Krisis Terhadap Perbankan Syariah Di Indonesia Dengan Ukuran IBC (<i>Indeks Banking Crisis</i>) Tahun Periode 2006-2012”.</p>	<p>Penelitian ini memperoleh data dari laporan BI berupa Statistika Perbankan Indonesia (SPI) dengan menggunakan empat variabel yakni DPK, Non Performing Finance, Finance dan Total Asset Bank Syariah Indonesia.</p>	<p>Hasil penelitian ini berusaha memberikan informasi bahwa walaupun pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia berada di angka 5% , namun menjadi sangat penting bagi bank syariah untuk memperkuat kepercayaan masyarakat dengan memaksimalkan kinerjanya dan lebih selektif dan profesional dalam menggelontorkan dana kredit. Dengan asumsi tersebut, jika DPK-nya lari dan NPF tinggim maka bisa dikatakan Bank Konvensional akan menghadapi masalah yang lebih serius. Namun asumsi ini terbalik, jika bank konvensional mengalami krisis, maka bank syariah jauh lebih tahan karena DPK yang jumlahnya tidak sebesar bank konvensional. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih ditekankan Resistensi Perbankan Syariah dalam menghadapi produk Kredit Usaha Rakyat pada PT.</p>

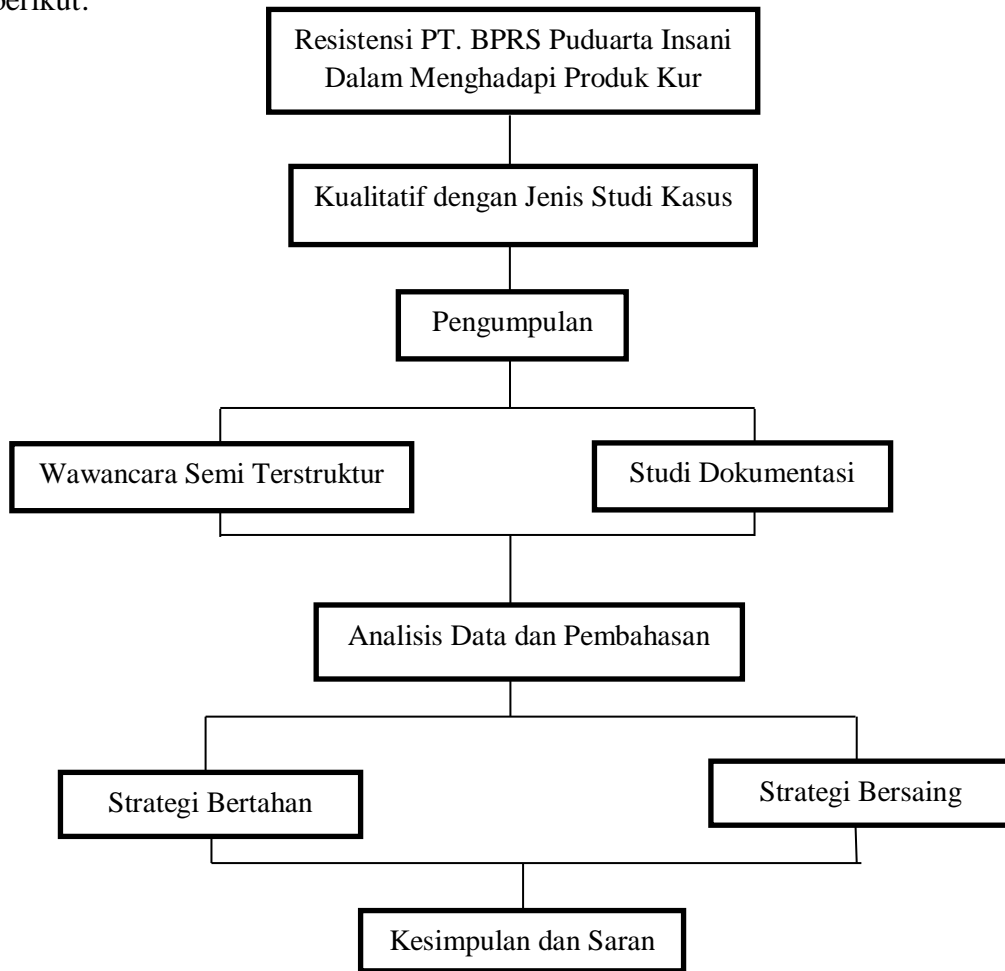
			BPRS Puduarta Insani. Sedangkan penelitian tersebut, lebih mengarah menguji ketahanan krisis terhadap perbankan syariah dengan ukuran IBC yang dimiliki.
4.	Setiawan dan Djoni Djatnika, 2021, "Ketahanan Bank Umum Syariah di Indonesia Terhadap Fluktuasi Makroekonomi dalam Negeri dan Suku Bunga Dana Federal Reserve"	Penelitian menggunakan jenis data sekunder dengan menggunakan metode analisa deskriptif melalui studi kepustakaan.	Hasil penelitian ini tersebut menunjukkan bahwa NPF dan ROA bank umum syariah di Indonesia dapat beresistensi terhadap fluktuatif atau guncangan yang terjadi pada makroekonomi dalam negeri dan FFR. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang lebih berfokus pada Strategi dalam Resistensi Perbankan Syariah pada PT. Puduarta Insani Tembung. Sedangkan penelitian di atas lebih menekankan kepada indikator pada bank umum syariah dapat bertahan terhadap fluktuasi makroekonomi dalam negeri dan FFR.

Ada beberapa perbedaan dan persamaan penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya, yaitu terletak pada objek penelitian dan periode waktu penelitian meskipun pada umumnya ruang lingkup penelitian hampir sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu dengan kesamaan terhadap ketahanan perbankan syariah terhadap pengaruh bank konvensional serta krisis ekonomi yang pernah melanda. Dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada satu objek penelitian

#### **F. Alur Penelitian**

Alur penelitian adalah kronologi prosedural yang dilakukan seorang peneliti dalam karya penelitiannya dan bukan sekedar urutan apa yang mesti

dilalui. Dalam penelitian ini, alur penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.2** Alur Penelitian



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah penentuan terkait dengan strategi lebih jauh untuk melakukan riset guna menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Pendekatan ini harus sesuai dengan kebutuhan pencarian jawaban atas pertanyaan penelitian (perumusan masalah). Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kekhasannya sendiri.<sup>47</sup> Penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai penelitian yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi.<sup>48</sup> Metode penelitian ini lebih mengandalkan teknik analisis mendalam (*in depth analysis*) yang mengkaji masalah secara kasus per kasus karena metodologi kualitatif yakin bahwa sifat suatu masalah akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya. Penelitian kualitatif umumnya bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif dilakukan dalam situasi yang wajar (*natural setting*) dan data dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif. Terdapat berbagai macam jenis pendekatan pada penelitian kualitatif.<sup>49</sup> Namun, pada penelitian kali ini hanya akan menggunakan jenis pendekatan studi kasus (*case study*) atau penelitian lapangan (*field study*). Studi kasus merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu dan hasil penelitian tersebut memberikan gambaran luas serta mendalam mengenai unit sosial tertentu. Adapun alasan menggunakan pendekatan tersebut adalah untuk mendeskripsikan data atau informasi mengenai bagaimana resistensi yang dilakukan PT BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi KUR di daerah Tembung.

---

<sup>47</sup> Azhari Akmal, Isnaini, Zuhri M Nawawi, Ahmad Syakir, Yusrizal, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Medan: La-Tansa Press, 2011), h. 19.

<sup>48</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 4.

<sup>49</sup> Azhari Akmal, et.al. *Buku Panduan Penulisan Skripsi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2015), h. 31.

## B. Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT BPRS Puduarta Insani Kantor Pusat Jl. Besar Tembung No. 13 A Deli Serdang. Penentuan lokasi ini berdasarkan pada alasan bahwa PT. BPRS Puduarta Insani mengalami penurunan jumlah nasabah pembiayaan sejak adanya produk KUR disekitaran daerah Tembung.

### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Januari sampai April 2021.

**Tabel 3.1**  
**Skedul Penelitian**

No.	Kegiatan	Bulan								
		Jan 21	Jan-Feb 21	Feb-Mar 21	Mar 21	Mar 21	Mar 21	Mar-Apr 21	Apr-Jun 21	Juli 21
		13	18-22	23-1	18	19-25	26	29-29	30-18	7
1.	Pengajuan Judul									
2.	Penyusunan Proposal									
3.	Bimbingan Proposal									
4.	Seminar Proposal									
5.	Perbaikan Proposal									
6.	Bimbingan Skripsi									
7.	Pengumpulan Data									
8.	Penyusunan Skripsi									
9.	Sidang Meja Hijau									

## C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat di klasifikasikan menjadi sumber data primer dan sumber data sekunder. Berikut dapat dijelaskan masing-masing klasifikasi sumber data primer dan sumber data sekunder tersebut.

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data utama yang dapat memberikan informasi, fakta dan gambaran peristiwa yang diinginkan dalam penelitian. Untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini, peneliti memperoleh sumber data primer melalui wawancara dengan Marketing dan Supervisor PT BPRS Puduarta Insani.

### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data kedua setelah sumber data primer. Data yang diambil dari buku-buku pustaka, dokumen maupun laporan-laporan yang dapat dijadikan sebagai pendukung atau pelengkap data primer dalam mengumpulkan data. Jadi, sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari laporan-laporan yang dituturkan oleh pihak PT BPRS Puduarta Insani Tembung serta diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan seperti buku, internet dan kepustakaan lain yang berkaitan dengan skripsi ini.

## **D. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah individu, benda atau organisme yang dijadikan informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain dari subjek penelitian lebih dikenal dengan responden yaitu orang yang memberi respon atau informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Subjek penelitian atau istilah responden inilah yang dinamakan informan. *Supervisor Marketing, Account Officer dan Personalia* PT BPRS Puduarta Insani Tembung adalah sumber informan yaitu pemberi informasi tentang data jumlah nasabah pembiayaan sebelum dan sesudah adanya produk KUR di daerah Tembung sekitarnya juga memberikan informasi mengenai strategi yang digunakan untuk bertahan dan bersaing terhadap adanya produk KUR tersebut. *Supervisor marketing* yang menjadi bagian dari informan berjumlah 1 orang. Untuk bagian informan *account officer* berjumlah 3 orang sedangkan bagian informan *personalia* berjumlah 1 orang.

## E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Bahan

Teknik pengumpulan bahan merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian dari sumber data (subyek maupun sampel penelitian). Teknik pengumpulan data merupakan suatu kewajiban, karena teknik pengumpulan data ini nantinya digunakan sebagai dasar untuk menyusun instrumen penelitian. Pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti.

Berdasarkan hal ini, metode wawancara yang peneliti gunakan adalah metode wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang menggunakan pedoman dalam pelaksanaannya sesuai dengan situasi dan informasi yang dibutuhkan sehingga terjadi wawancara yang interaktif antara peneliti dengan informan.

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dengan Marketing dan Supervisor PT BPRS Puduarta Insani Tembung mengenai strategi dan cara bertahan serta bersaing PT BPRS Puduarta Insani dalam upaya menghadapi produk KUR pada bank konvensional.

### 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah sebagai laporan tertulis dari suatu peristiwa yang isinya terdiri atas penjelasan dan pemikiran-pemikiran terhadap peristiwa itu dan ditulis dengan sengaja untuk penyimpanan atau meneruskan keterangan mengenai peristiwa itu.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1998), h. 134.

### 3. Observasi

Observasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian apa pun, termasuk penelitian kualitatif dan digunakan untuk memperoleh informasi atau data sebagaimana tujuan penelitian. Tujuan data observasi adalah untuk mendeskripsikan latar yang diobservasi, kegiatan-kegiatan yang terjadi di latar itu, orang-orang yang berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan, makna latar dan partisipasi mereka dalam orang-orangnya.

Dalam penelitian kualitatif, teknik observasi biasa digunakan bersamaan dengan teknik wawancara. Kedua teknik ini merupakan teknik utama.

Menurut Spradley ada tiga tahapan dalam observasi yaitu:

a. Observasi deskripsi

Pada observasi ini, peneliti mengamati secara menyeluruh situasi sosial tertentu sebagai obyek penelitian. Pada tahap ini peneliti belum memiliki kejelasan dan kepastian masalah yang akan diteliti baru garis besarnya saja, maka peneliti melakukan penjelajah umum dan menyeluruh melakukan deskripsi terhadap semua yang dilihat, didengar dan dirasakan. Oleh karena hasil dari observasi ini disimpulkan dalam keadaan yang belum tertata.

b. Observasi terfokus

Setelah diverifikasi antara fokus dan kategori/ sub kategori yang sudah dirancang di proposal dengan kenyataan yang ada di lapangan. Peneliti mulai melakukan *mini tour observation*, yaitu suatu observasi yang telah dipersempit difokuskan pada aspek tertentu.

c. Observasi terseleksi

Pada tahap observasi ini peneliti telah menguraikan fokus yang ditemukan sehingga datanya lebih rinci. Dengan observasi yang lebih difokuskan pada kajian yang lebih spesifik, diharapkan peneliti dapat menemukan pemahaman yang mendalam mengenai suatu kajian.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Djaman Satori. Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2020), h. 152-153.

Penelitian ini menggunakan jenis observasi terfokus karena kategorinya yang sudah dirancang sesuai dengan kenyataan di saat melakukan penelitian secara langsung.

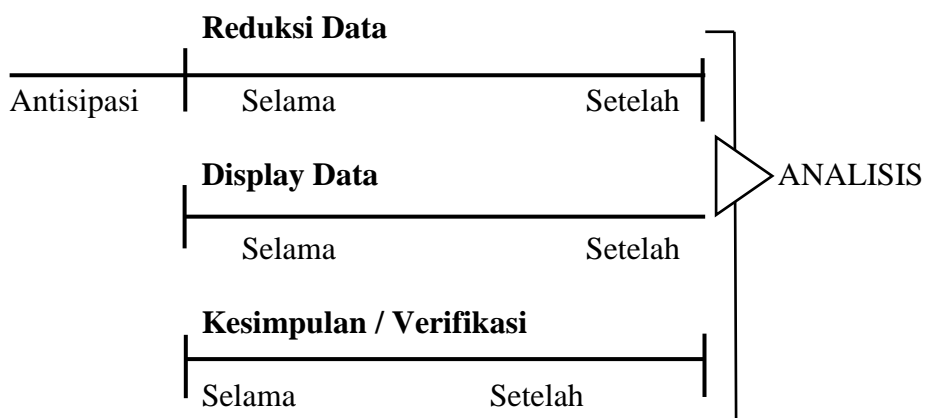
## F. Analisis Data

Untuk mempermudah peneliti dalam penelitian maka perlu adanya analisa data. Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi, dan bahan-bahan lainnya sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Maka yang dimaksud dengan analisa data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami.

Berdasarkan penjelasan di atas maka analisis data dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif lapangan dan bersifat deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan memiliki pemahaman awal mengenai situasi masalah yang dihadapi.<sup>52</sup>

Ada beberapa teknik analisis data yang biasa dilakukan dalam penelitian kualitatif diantaranya teknik analisis sebelum di lapangan, teknik analisis selama di lapangan model Miles dan Huberman dan teknik analisa data menurut Spradley.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data selama di lapangan yang menggunakan model Miles dan Huberman.



**Gambar 3.1** Analisis Data

<sup>52</sup> Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008), h. 89.

### 1. Reduksi Data (*reduction*)

Sebagaimana dimaklumi, ketika peneliti harus mulai melakukan penelitian tentu saja mendapatkan data yang banyak dan relatif beragam dan bahkan sangat rumit. Itu sebabnya, perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Hasil data mengikhtiarkan dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan.

Selanjutnya, diakui bila proses reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan kelunasan, serta kedalaman wawasan yang tinggi. Maka bagi peneliti pemula, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli.

### 2. Penyajian Data (*data display*)

Langkah selanjutnya sesudah mereduksi data adalah menyajikan data. Teknik penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam berbagai bentuk seperti tabel, grafik dan sejenisnya. Lebih dari itu penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Miles dan Huberman menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Adapun fungsi display data juga untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi, juga untuk merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

### 3. Kesimpulan / Verifikasi (*conclusion drawing/ verification*)

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan

konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>53</sup>

### G. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif uji keabsahan data sangat diperlukan untuk menentukan standar kebenaran data dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Pada dasarnya, keabsahan data dilakukan untuk menguji seberapa besar derajat kepercayaan terhadap hasil penelitian. Sehingga, peneliti kualitatif dapat menyanggah apabila hasil penelitiannya dikatakan tidak ilmiah. Banyaknya hasil penelitian yang diragukan kebenarannya menjadi salah satu faktor kelemahan pada teknik pengumpulan data. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari uji kepercayaan (*credibility*), uji keteralihan (*transferability*), uji kebergantungan (*dependability*) dan uji kepastian (*confirmability*).

#### 1. Uji Derajat Kepercayaan (*credibility*)

Uji kredibilitas merupakan uji kepercayaan terhadap suatu data hasil penelitian yang telah diolah oleh peneliti. Tujuan uji kredibilitas yaitu untuk menilai kebenaran dari temuan penelitian kualitatif. Kredibilitas ditunjukkan ketika partisipan mengungkapkan bahwa transkrip penelitian memang benar-benar sebagai pengalaman dirinya sendiri. Dalam hal ini peneliti akan memberikan data yang telah ditranskripsikan untuk dibaca ulang oleh partisipan. Kredibilitas menunjukkan kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif, hal ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:<sup>54</sup>

- a. Perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan dan wawancara dengan sumber data yang pernah ditemui maupun sumber data yang baru. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan keakraban (tidak ada jarak lagi, semakin terbuka, saling mempercayai) antara peneliti dan narasumber sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Perpanjangan pengamatan dilakukan untuk mengecek kembali apakah data yang telah diberikan

---

<sup>53</sup> Djam'an Satori dan Aan Komariah (ed.). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2020), h. 273-275.

<sup>54</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2019), h. 554-555.



oleh sumber data selama ini merupakan data yang sudah benar atau tidak.

- b. Meningkatkan ketukanan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan, dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa dapat direkam secara pasti dan sistematis. Selain itu peneliti melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan salah atau tidak.
  - c. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian dari tim peneliti lain yang diberi tugas oleh peneliti untuk melakukan pengumpulan data.
  - d. Menggunakan bahan referensi disini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Alat-alat bantu perekam dalam jenis penelitian ini yakni alat rekam suara (handphone) diperlukan untuk mendukung kredibilitas data yang telah ditemukan oleh peneliti.
  - e. Analisis kasus negatif adalah kasus yang tidak sesuai atau berbeda dengan hasil penelitian. Melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya.
  - f. *Member check* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *member check* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh para pemberi data berarti data tersebut valid, sehingga semakin kredibel/dipercaya. Pelaksanaan *member check* dilakukan peneliti setelah satu periode pengumpulan data selesai dan dilakukan secara individu maupun dengan diskusi kelompok.
2. Uji Keteralihan (*transferability*) merupakan validitas eksternal dalam penelitian kuantitatif Konsep validitas itu menyatakan bahwa generalisasi

suatu penemuan dapat berlaku atau diterapkan pada semua konteks dalam populasi yang sama atas dasar penemuan yang diperoleh pada sampel yang secara representatif mewakili populasi itu. Keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut seorang peneliti hendaknya mencari dan mengumpulkan kejadian empiris tentang kesamaan konteks. Dengan demikian peneliti bertanggung jawab untuk menyediakan data deskriptif secukupnya jika ia ingin membuat keputusan tentang pengalihan tersebut. Untuk keperluan itu, peneliti harus melakukan penelitian kecil untuk memastikan usaha memverifikasi tersebut.

3. Uji kebergantungan (*dependability*) dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Peneliti dapat memanfaatkan auditor independen (dosen pembimbing) untuk menguji keseluruhan aktivitas penelitian yang dilakukan peneliti, mulai dari awal penelitian hingga penelitian tersebut berakhir. Contoh, peneliti selalu berdiskusi dengan dosen pembimbing, mengenai permasalahan yang ada di lapangan, memilih sumber data (informan), analisis data, uji keabsahan data, hingga proses pembuatan laporan hasil penelitian.
4. Uji kepastian (*confirmability*) merupakan data yang diperoleh dapat dilacak kebenarannya dan sumber informannya jelas. Uji konfirmabilitas berarti menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmabilitas. Artinya, seorang peneliti melaporkan hasil penelitian karena ia telah melakukan serangkaian kegiatan penelitian di lapangan.

Penelitian menggunakan jenis uji keabsahan data yaitu uji derajat kepercayaan (*credibility*) dengan cara memperpanjang waktu pengamatan, menggunakan bahan referensi dan mengecek data (*member check*).

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Perusahaan**

###### **a. Sejarah PT BPRS Puduarta Insani**

Pada tahun 1992, ketika Rektor IAIN Sumatera Utara dijabat oleh Brigjen TNI Drs. H. Nazril Adlani, beliau menyampaikan gagasan di kalangan pimpinan IAIN, yaitu bagaimana agar IAIN dapat berbuat sesuatu yang nyata di tengah-tengah masyarakat. Gagasan itu mendapat sambutan dan segera ditindaklanjuti dengan menyelenggarakan kegiatan kursus perbankan syariah di bawah asuhan Forum Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah Islam (FKEBI), suatu lembaga *non structural* di bawah IAIN Sumatera Utara yang telah berdiri sejak tahun 1990.

Forum Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah Islam berhasil menyelenggarakan kursus sebanyak 4 angkatan masing-masing 3 bulan, dengan jumlah peserta sebanyak 40 orang setiap angkatan pada ketika itu H. Nazril Adlani bertindak sebagai Ketua Dewan Pelindung, Prof. Dr. H. M. Yasir Nst sebagai Direktur dan Syahrul Muda Siregar sebagai Direktur Pendidikan dan pelatih FKEBI. Setelah menyelenggarakan 4 angkatan, aktivitas untuk mewujudkan sesuatu yang nyata ditengah-tengah masyarakat ini dilanjutkan pula dengan rencana mendirikan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah), di mana para stafnya akan diangkat dari kursus perbankan ini.

Atas prakarsa IAIN Sumatera Utara, PT. BPRS Puduarta Insani Tembung didirikan berdasarkan akte Notaris Ny. Chairani Bustami, SH No. 3 tanggal 4 Juli 1994. Menurut informasi kata “Puduarta” berasal dari bahasa Banten (Serang) yang berarti “Rumah Harta”. BPRS secara resmi mulai beroperasi sejak tanggal 18 Juni 1996, yang ada pada ketika itu diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara yang diwakili oleh Sekwilda-SU H. Abdul Wahab Dalimunthe, SH.

Pada saat pendirian, modal awal BPRS berjumlah Rp 178.500.000,- dan pada akhir Desember 2005 modal saham telah berjumlah Rp 1.000.000.000,- pemegang saham utama terdiri dari IAIN Sumatera Utara (38%) dan BADZA (28%) dan selebihnya saham masyarakat (34%).

b. Logo PT BPRS Puduarta Insani



**Gambar 4.1** Logo PT BPRS Puduarta Insani

Warna Hijau di dalam logo dan penulisan PT BPRS Puduarta Insani sebagai simbol dari suatu kehidupan, keuangan serta kekayaan. Jenis huruf yang digunakan dalam penulisan simbol tersebut yaitu Times New Roman Bold agar mudah dibaca dan sederhana. Adapun penjelasan tentang logo pada kotak persegi di sisi kiri atas memiliki makna tentang “Tempat penyimpanan harta untuk masyarakat kecil”. Untuk bagian kotak melengkung sisi kanan atas memiliki makna tentang “Tempat penyimpanan harta untuk masyarakat menengah”. Dan untuk kotak melengkung di sisi kiri bawah memiliki makna tentang “Tempat penyimpanan harta untuk masyarakat atas”. Jadi, dapat disimpulkan arti dari logo pada PT BPRS Puduarta Insani tersebut yaitu suatu wadah atau tempat yang dapat digunakan oleh masyarakat kecil, menengah dan atas untuk menyimpan harta mereka tanpa adanya riba.

c. Visi dan Misi PT. BPRS Puduarta Insani

1) Visi

Menjadi BPRS terbaik di Sumatera Utara dan dapat diperhitungkan pada peringkat nasional.

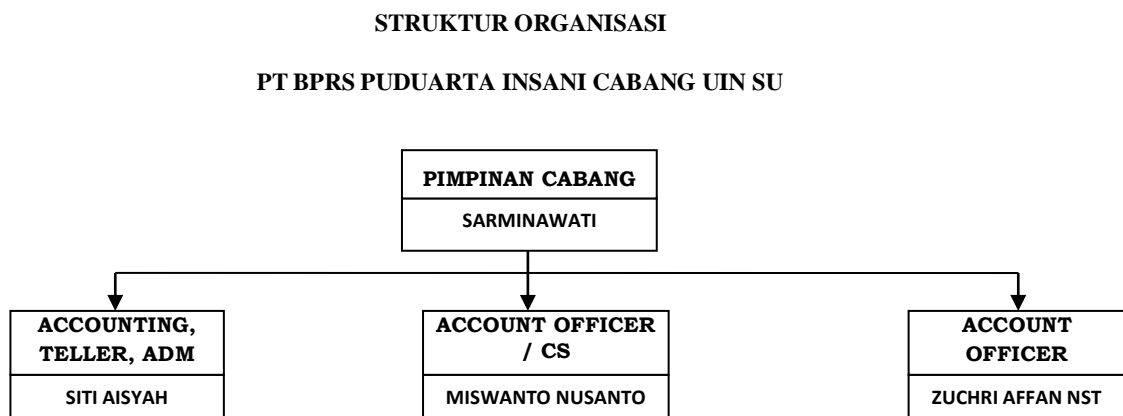
## 2) Misi

- a) Menerapkan sistem syariah secara murni
- b) Melayani secara professional
- c) Memanfaatkan teknologi untuk efisiensi dan kualitas
- d) Meningkatkan kualitas sumber daya insan dari sisi pengetahuan maupun keterampilan teknis.

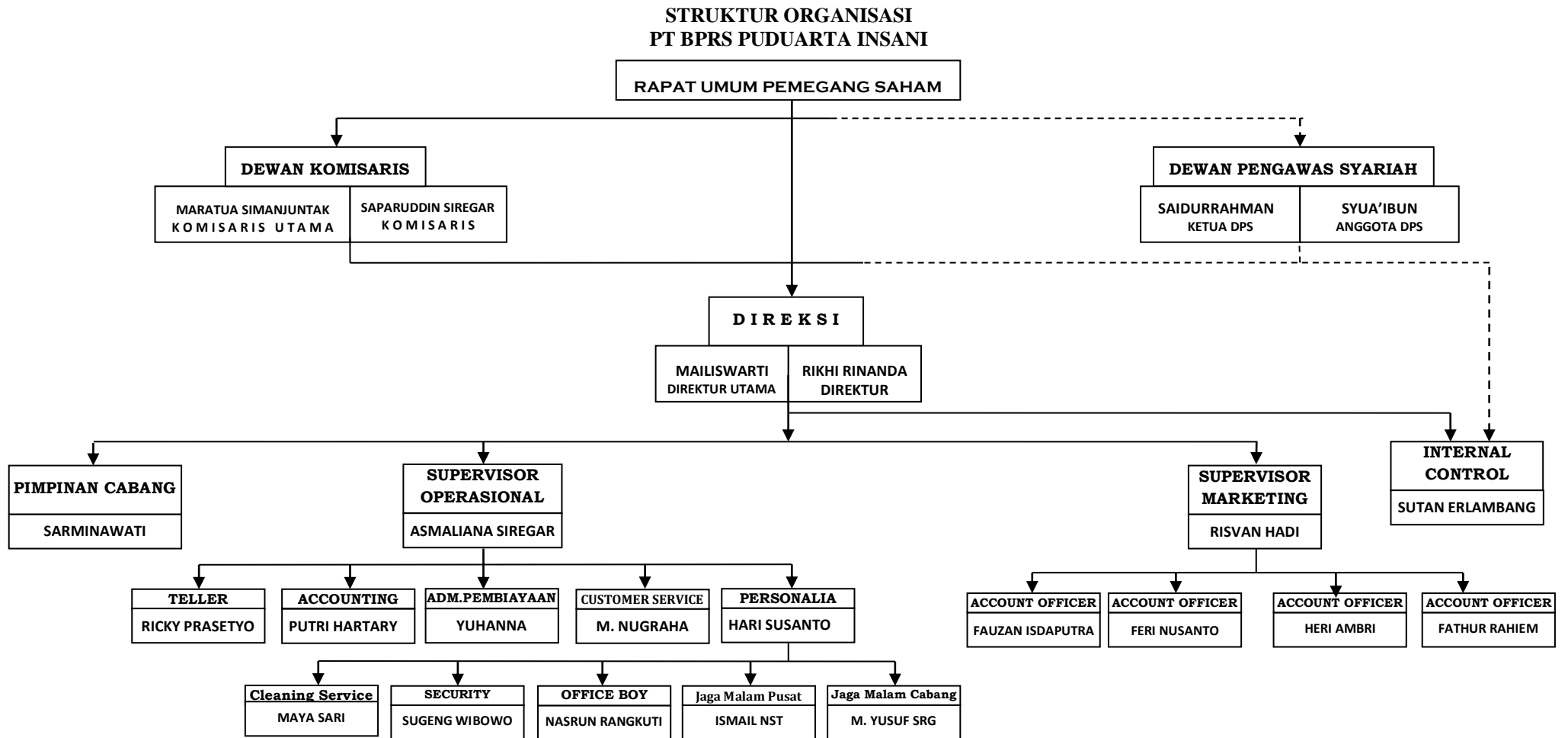
## d. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan sub-sub sistem yang menggambarkan hubungan komunikasi, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian terdapat dalam organisasi. Struktur organisasi dapat dipandang sebagai suatu kerangka yang menyeluruh. Melalui struktur organisasi yang disesuaikan dengan antara satu bagian dengan bagian lainnya guna mencapai tujuan perusahaan.

Pihak PT. BPRS Puduarta Insani Tembung No. 13 juga memiliki struktur organisasi dapat dilihat sebagai berikut:



**Gambar 4.2** Struktur Organisasi PT BPRS Puduarta Insani Cabang



**Gambar 4.3** Struktur Organisasi PT BPRS Puduarta Insani Pusat

e. Deskripsi Tugas PT. BPRS Puduarta Insani

Deskripsi jabatan dan pekerjaan (*job description*) sangat diperlukan dalam struktur organisasi agar dapat mengidentifikasi pekerjaan-pekerjaan yang penting dan jenis-jenis kegiatan yang dilaksanakan oleh pimpinan dan lain sebagainya.

**Susunan Struktur Organisasi PT BPRS Puduarta Insani**

**Dewan Komisaris**

Komisaris Utama	: Drs. H. Maratua Simanjuntak
Komisaris	: H. Saparuddin Siregar, S.E, Ak, M.Ag

**Dewan Pengawas Syariah**

Ketua	: Saidurrahman
Anggota	: Syuai'bun

**Direksi**

Direktur Utama	: Mailiswarti
Direktur	: Rikhi Rinanda
<i>Internal Control</i>	: Sutan Erlambang
Pimpinan Cabang	: Sarminawati
<i>Supervisor Operasional</i>	: Asmaliana Siregar
<i>Supervisor Marketing</i>	: Risvan Hadi
<i>Teller</i>	: Ricky Prasetyo
<i>Accounting</i>	: Putri Hartaty
Administrasi Pembiayaan	: Yuhana
<i>Customer Service</i>	: M. Nugraha

Personalia	: Hari Susanto
<i>Cleaning Service</i>	: Maya Sari
<i>Security</i>	: Sugeng Wibowo
<i>Office Boy</i>	: Nasrun Rangkuti
Jaga Malam Pusat	: Ismail Nasution
Jaga Malam Cabang	: M. Yusuf Siregar

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan adalah sebagai berikut:

1) Direktur Utama

Tugas Direktur Utama adalah:

- a) Memimpin perusahaan secara keseluruhan
- b) Mengambil keputusan strategis.

2) Direktur Operasional

Tugas Direktur Operasional adalah:

- a) Melakukan supervise staf teller, akuntansi/ deposito, pembiayaan dan umum
- b) Memastikan laporan keuangan disiapkan dengan akurat
- c) Melakukan *cash account* pada akhir hari
- d) Melakukan pemeriksaan terhadap kelayakan pencairan pembiayaan
- e) Melakukan pembiayaan dokumen pembiayaan (*save keeping and loan documentation*)
- f) Melakukan update data saham dan terkait dengan hubungan kepada pemegang saham.



### 3) *Internal Control*

Tugas *internal control* adalah:

- a) Melakukan *entry* data updating mutasi *general ledger*
- b) Mencetak neraca/ laba rugi dan mutasi harian
- c) Melakukan *entry* dan *updating* data deposito
- d) Melakukan pembiayaan bagi hasil deposito baik yang melalui bank pembiayaan rekening maupun tunai
- e) Menyerahkan tiket kepada staf audit untuk pemeriksaan.

### 4) *Teller*

Tugas *teller* adalah:

- a) Melayani penyetoran dan pembiayaan tunai sehubungan transaksi tabungan, deposito dan pembiayaan
- b) Melakukan pembayaran dan penerimaan sehubungan dengan pembayaran biaya-biaya bank, biaya personalia dan umum melalui counter bank
- c) Menyusun daftar penerimaan dan pengeluaran uang tunai dan melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo pada neraca harian
- d) Menyortir uang sesuai standar penyortiran uang
- e) Mengatur jumlah uang tunai tidak melampaui batas asuransi
- f) Bersama dengan direktur operasi menyimpan uang di khasanah
- g) Melakukan posting selisih pembulatan kas ke program.

### 5) *Staff Accounting*

Tugas *accounting* adalah:

- a) Memeriksa tiket-tiket operasional
  - b) Memeriksa kelayakan pencairan pembiayaan
  - c) Memeriksa adanya selisih-selisih pembukuan
  - d) Menyusun laporan rekonsiliasi secara 2 mingguan.
- 6) Staff Administrasi Pembiayaan

Tugas administrasi pembiayaan adalah:

- a) Melakukan *entry* data dan updating modul pembiayaan
  - b) Melakukan update data pada kartu pembiayaan
  - c) Melakukan pencocokan saldo pembiayaan menurut modul pembiayaan
  - d) Mencetak daftar tunggakan pembiayaan sesuai permintaan pimpinan/ marketing.
- 7) *Customer Service*

Tugas *customer service* adalah:

- a) Laporan bertanggung jawab kepada supervisor operasional
  - b) Memberikan pelayanan kepada nasabah
- 8) *Supervisor Marketing*

Tugas *supervisor marketing* adalah:

- a) Bertanggung jawab kepada direksi
  - b) Melakukan supervise area marketing
- 9) Supervisor Operasional
- a) Membuat surat menyurat intern dan extern perusahaan

- b) Memeriksa seluruh rekening antar bank

#### 10) Personalia

Tugas personalia adalah:

- a) Melayani pembayaran terkait dengan kepersonaliaan
- b) Membuat tiket-tiket transaksi umum dan personalia
- c) Membuat usulan dan melakukan pengadaan ATK, barang cetakan dan berbagai keperluan kantor
- d) Memonitor pembayaran pajak-pajak, perizinan dan sejenisnya
- e) Menyiapkan kontrak-kontrak kerja karyawan dan mengevaluasi fasilitas kesejahteraan karyawan
- f) Mengevaluasi disiplin karyawan.

#### f. Produk-Produk PT BPRS Puduarta Insani

##### 1) Penghimpunan Dana

- a) Tabungan *wadiah*

Penghimpunan dana dalam bentuk tabungan, PT BPRS Puduarta Insani menggunakan akad *wadiah*. Tabungan penarikannya dapat dilakukan kapan saja. Produk tabungan *wadiah* pada PT BPRS Puduarta Insani diberi nama “Tabungan *wadiah* insani”.

- b) Deposito *mudharabah*

Deposito *mudharabah* iB insane adalah jenis simpanan berjangka dengan akad bagi hasil dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang setelah jatuh tempo akan

diberlakukan sama dengan yang baru. Tetapi bila pada saat akad telah dicantumkan perpanjangan otomatis, maka tidak perlu diperbaharui akadnya. Deposito ini dikelola dengan prinsip *mudharabah* dan mempunyai beberapa pilihan jangka waktu investasi yaitu terdiri dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

## 2) Penyaluran Dana

### a) Pembiayaan *ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik*

Pembiayaan *ijarah* adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa menyewa dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik* berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara BPRS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ijarah*.

### b) Pembiayaan multi jasa

Pembiayaan multi jasa adalah kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan akad *ijarah* dalam jasa keuangan antara lain dalam bentuk pelayanan pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan dan kepariwisataan. Kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan *ijarah* untuk transaksi multi jasa berlaku persyaratan paling kurang sebagai berikut: bank dapat menggunakan akad *ijarah* untuk transaksi multi jasa dalam jasa keuangan antara lain dalam bentuk pelayanan pendidikan,

kesehatan, ketenagakerjaan, dan kepariwisataan dalam pembiayaan kepada nasabah yang menggunakan akad *ijarah* untuk transaksi multi jasa. Bank dapat memperoleh imbalan jasa (*ujrah*) dimana besarnya *ujrah* ditetapkan di awal kesepakatan dan dinyatakan dalam bentuk nominal bukan dalam bentuk presentasi.

c) Pembiayaan *mudharabah*

Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan *mudharabah* pada PT BPRS Puduarta Insani adalah akad pembiayaan dengan sistem bagi hasil dengan jangka waktu 1 s/d 3 tahun. Bank memberikan modal usaha kepada nasabah sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam akad pembiayaan.

d) Pembiayaan *murabahah*

Pembiayaan *murabahah* PT BPRS Puduarta Insani adalah bentuk penyaluran dana dengan pola akad jual beli. Dengan pola ini nasabah yang membutuhkan barang konsumtif atau pun barang modal dapat mengajukan permohonan pembelian kepada bank. Bank selaku penjual dan nasabah selaku calon pembeli bermufakat untuk menetapkan harga yang disepakati atas barang yang dibutuhkan nasabah sesuai jangka waktu pembayaran yang akan dilakukan nasabah. Bank akan mengadakan barang yang dibutuhkan oleh nasabah kemudian menyerahkan kepada nasabah. Selanjutnya nasabah akan mencicil pembayaran kepada bank sesuai jadwal angsuran yang ditetapkan.

e) Pembiayaan *al-qardh*

Pembiayaan *qardh* adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa transaksi pinjem meminjam dalam akad *qardh* berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara BPRS dengan nasabah pembiayaan yang mewajibkan nasabah pembiayaan untuk melunasi hutang/ kewajiban sesuai dengan akad.

2. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pegawai PT BPRS Puduarta Insani Tembung. Pada penelitian ini responden yang terlibat meliputi *supervisor marketing*, *account officer* dan *personalia*. Adapun beberapa responden tersebut diantaranya:

**Tabel 4.1**  
**Responden**

<b>Nama Responden</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tugas</b>
Risvan Hadi	<i>Supervisor Marketing</i>	Melakukan supervise area marketing
Fauzan Isdaputra	<i>Account Officer</i>	Menyiapkan kelengkapan dan keabsahan dokumen pembiayaan
Feri Nusanto	<i>Account Officer</i>	Memasarkan pembiayaan sesuai dengan ketentuan pembiayaan konsumen dengan target yang telah Ditetapkan
Heri Ambri	<i>Account Officer</i>	Mengusulkan pembiayaan kepada komite pembiayaan untuk mendapat keputusan.
Hari Susanto	<i>Personalia</i>	Menyiapkan kontrak-kontrak kerja karyawan dan mengevaluasi fasilitas kesejahteraan karyawan

Pada penelitian ini, responden *supervisor marketing* memiliki peran dalam menanggapi KUR terhadap PT BPRS Puduarta Insani. Pada responden *account officer* memiliki peran dalam memberikan informasi mengenai penjelasan tentang

strategi bertahan dan strategi bersaing serta memberikan dokumentasi dalam penelitian. Pada responden *personalia* memiliki peran dalam penelitian ini sebagai pihak yang memberikan data struktur organisa PT BPRS Puduarta Insani Tembung serta memberikan informasi perizinan untuk riset penelitian.

### 3. Analisis Data

#### a. Resistensi PT. BPRS Puduarta Insani Tembung Menghadapi Produk KUR Ditinjau Dari Strategi Bertahan

Menurut Heri Ambri salah satu *Account Officer* PT BPRS Puduarta Insani mengatakan “*ada tiga strategi alternatif bertahan yang dilakukan oleh PT BPRS Puduarta Insani agar bisa bertahan menghadapi produk KUR Konvensional diantaranya melalui produk, tempat dan partisipan.*”<sup>55</sup>

##### 1) Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Risvan Hadi selaku *Supervisor Marketing* mengatakan “*terdapat dua produk dari PT BPRS Puduarta Insani yang mampu bersaing dengan produk KUR Konvensional yaitu produk Murabahah dan produk Ijarah. Produk murabahah merupakan produk unggulan pada PT BPRS Puduarta Insani Tembung. Hal ini menjawab mengenai produk dari PT BPRS Puduarta Insani yang paling diminati nasabah di mana sisi keunggulan dari produk sesuai dengan kebutuhan jual beli para nasabah. Terhitung ada 771 nasabah pada tahun 2020 yang menggunakan produk murabahah, di mana rata-rata digunakan untuk modal dagang. Selanjutnya mengenai produk PT BPRS Puduarta*

---

<sup>55</sup> Heri Ambri, *Account Officer*, Wawancara Pribadi, Tanggal 15 April 2021 pada pukul 09.00 WIB.

*Insani yang bisa berkompetisi dengan KUR yaitu ijarah. Produk ini menempati posisi kedua setelah murabahah. Sisi keunggulan dari produk ini juga tepat untuk para pelaku usaha dan juga terdapat 3 nasabah yang menggunakan produk ijarah pada tahun 2020”.*<sup>56</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwasanya produk yang paling diminati oleh nasabah PT BPRS Puduarta Insani ialah produk *murabahah*. Setelah mengetahui produk yang diminati nasabah, maka produk *murabahah* dan produk *ijarah* yang mampu bersaing dengan produk KUR Konvensional.

**Tabel 4.2**  
**Laporan Pembiayaan PT BPRS Puduarta Insani Periode 2017 Sampai 2020**

Produk Pembiayaan	Jumlah Pembiayaan			
	2017	2018	2019	2020
Murabahah	42.083.176.236	36.898.875.182	34.496.911.584	31.554.306.114
Ijarah	11.100.000	7.500.000	395.120.000	308.286.800
Multi Jasa	65.991.198	15.704.927	-	510.580
Mudharabah	-	-	-	200.000.000

**Sumber:** Data Laporan Keuangan Tahunan PT BPRS Puduarta Insani

Table di atas menunjukkan pembiayaan *murabahah* dan *ijarah* menjadi produk yang paling banyak diminati. Pada produk *murabahah* jumlah pembiayaan yang dikeluarkan mengalami penurunan dari tahun 2017 sebesar Rp 42.083.176.236 sampai tahun 2020 sebesar Rp 31.554.306.114, sedangkan *ijarah* pembiayaan yang dikeluarkan mengalami fluktuatif di mana pada tahun 2018 mengalami penurunan

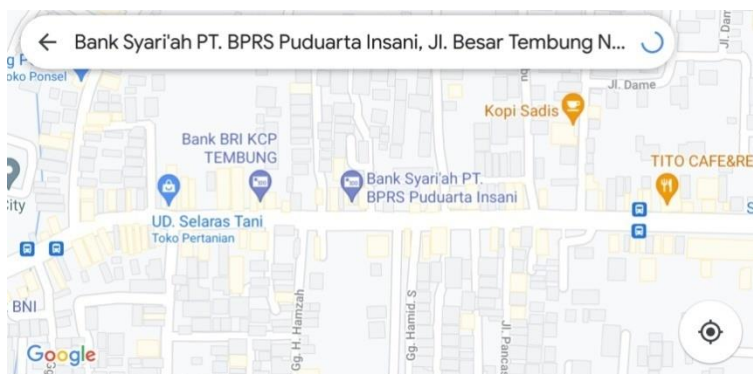
<sup>56</sup> Risvan Hadi, *Supervisor Marketing*, Wawancara Pribadi, Tanggal 15 April 2021 pada pukul 09.45 WIB.



sebesar Rp 7.500.000, tetapi kembali meningkat pada tahun 2019 sebesar Rp 395.120.000 dan kembali penurunan di tahun 2020 sebesar Rp 308.286.800. Dalam hal pengembangan produk, pada produk *murabahah* jika pembeliannya berupa barang-barang dalam bentuk nilai yang besar seperti mobil, tanah dan sejenisnya maka pihak PT BPRS Puduarta Insani langsung turun tangan, tetapi bila pembelian barang-barang nilai harga kecil seperti perabotan maka *Murabahah* bisa dilakukan dengan *bil wakalah*.

## 2) Tempat

Lokasi PT BPRS Puduarta Insani juga mendukung penyaluran produk, terlebih lagi di daerah Tembung dan sekitarnya hanya terdapat satu bank syariah yakni PT BPRS Puduarta Insani.



**Gambar 4.4** Lokasi PT BPRS Puduarta Insani Pusat

Dari gambar 4.4 tersebut, dapat dilihat bahwa PT BPRS Puduarta Insani berada dekat dengan fasilitas perdagangan. Hal ini memungkinkan untuk PT BPRS Puduarta Insani tetap eksis dalam menghadapi persaingan produk Kredit Usaha Rakyat mengingat keunggulan dari lokasi PT BPRS Puduarta Insani berdekatan dengan fasilitas perdagangan tersebut serta usaha lainnya. Salah satu strategi bertahan ini mampu memberikan keuntungan yaitu mudahnya akses untuk mempromosikan produk PT BPRS Puduarta Insani.

Dari keterangan diatas, dapat disimpulkan bahwa PT BPRS Puduarta Insani memanfaatkan lokasi yang berdekatan dengan fasilitas usaha

sebagai strategi distribusi. Hal ini dapat memungkinkan untuk dapat memasarkan produk PT BPRS Puduarta Insani sendiri, tetapi apabila didukung oleh pemahaman masyarakat yang sudah mulai memahami tentang riba dan bagi hasil. Apabila hal ini dikaitkan dengan teori, tentunya penerapan strategi lokasi pada PT BPRS Puduarta Insani ini telah sesuai.

### 3) Partisipan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Feri Nusanto selaku *Account Officer* mengatakan, “*Partisipan merupakan juga salah satu strategi bertahan terhadap produk KUR di daerah ini. Partisipan yang dimaksud disini itu adalah karyawan itu sendiri. Mereka berusaha untuk menemukan inovasi dan kreasi misalnya dengan mempromosikan produk BPRS ini dengan mengikuti acara kemasyarakatan seperti acara 17-an dan membantu pembuatan kupon qurban. Para karyawan kami selain ikut acara kemasyarakatan, disini para karyawan juga berusaha meningkatkan pelayanan dengan cepat dan aman.*”<sup>57</sup> Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwasanya partisipan dalam hal ini karyawan PT BPRS Puduarta Insani ketika hendak akan mempromosikan produk BPRS, mereka akan secara langsung terjun ke masyarakat ikut terlibat dengan kegiatan yang sedang berlangsung.

## b. Resistensi PT BPRS Puduarta Insani Tembung Menghadapi Produk KUR Ditinjau Dari Strategi Bersaing

### 1) Edukasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Feri Nusanto selaku *Account Officer* mengatakan, “*Kami pihak BPRS ada strategi utama yang digunakan dalam menghadapi produk KUR itu yaitu dengan*

---

<sup>57</sup> Feri Nusanto, *Account Officer*, Wawancara Pribadi, Tanggal 19 April 2021 pada pukul 10.50 WIB.

*melakukan kegiatan edukasi. Kami dari pihak BPRS sering melakukan kegiatan edukasi, contohnya melakukan kegiatan edukasi di sekolah-sekolah untuk memperkenalkan PT BPRS Puduarta Insani dan produknya kepada para siswa. Namun semenjak masa pandemi sekarang ini, kegiatan edukasi kami lakukan hanya satu kali dalam bulan.”*



**Gambar 4.5** Kegiatan Edukasi dan Inklusi PT BPRS Puduarta Insani

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwasanya kegiatan edukasi pada PT BPRS Puduarta Insani merupakan strategi utama dalam bersaing menghadapi produk KUR. Namun, terdapat kendala semenjak adanya pandemic kegiatan edukasi yang dilakukan hanya 1 kali dalam dua bulan sehingga strategi edukasi belum bisa dikatakan maksimal. Perbedaan dari strategi edukasi dengan promosi ini dilihat dari event yang ada, edukasi memang khusus pada event yang diadakan oleh pihak PT BPRS Puduarta Insani Tembung, sementara promosi dilaksanakan pada event di luar kegiatan lembaga seperti pengajian dimana masyarakat dan pihak PR BPRS Puduarta Insani saling bertatap muka.

## 2) Promosi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Fauzan Isdaputra selaku *Account Officer* mengatakan, “Kami disini dalam mempromosikan produk BPRS sebagai salah satu bentuk strategi bersaing pada produk

*KUR melalui media sosial bisa juga melalui tatap muka. Kami para AO dalam mempromosikan di sosial media punya beberapa upaya diantaranya seperti media cetak itu bisa melalui brosur, kedua melalui media elektronik contohnya FB maupun Instagram.”*<sup>58</sup> Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwasanya dalam usaha mempromosikan produk PT BPRS Puduarta Insani para AO bisa menerapkan beberapa strategi bisa itu promosi melalui sosial media maupun media cetak seperti FB dan Instagram. Promosi pada strategi bersaing ini sebagai bentuk menarik minat nasabah yang belum menggunakan produk PT BPRS Puduarta Insani supaya menjadi salah satunya. Bisa dikatakan masyarakat luas adalah sasaran strategi promosi dalam strategi bersaing ini.



**Gambar 4.6** Kegiatan Promosi Melalui Media Sosial

3) Sumber daya manusia yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hari Susanto selaku *Personalia* mengatakan, “*Disini para karyawan PT BPRS Puduarta Insani ada karakter yang wajib dimiliki oleh setiap karyawan agar BPRS ini memiliki SDM yang baik. Karakter itu diantaranya memiliki akhlak yang baik, mampu melayani dengan cepat, menguasai produk*

<sup>58</sup> Fauzan Isdaputra, *Account Officer*, Wawancara Pribadi, Tanggal 29 April 2021 pada pukul 09.48 WIB

*produk BPRS, jujur dan memberikan kepercayaan untuk masyarakat.”*<sup>59</sup> Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwasanya berdasarkan keempat karakter tersebut akan dapat menarik kepercayaan dari masyarakat dalam mempercayakan usahanya kepada PT BPRS Puduarta Insani. Strategi sumber daya manusia yang baik memberi jawaban dari pertanyaan bagaimana realisasi PT BPRS Puduarta Insani Tembung dalam melaksanakan strategi bertahan dan strategi bersaing. Pelayanan merupakan karakter utama sumber daya manusia pada PT BPRS Puduarta Insani Tembung untuk banyak bentuk pendekatan.



**Gambar 4.7** Penandatanganan MOU Kerja Sama PDAM Tirta Deli

#### 4) Bukti Fisik

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Heri Ambri selaku *Account Officer* mengatakan, “*Kami pihak BPRS bukan hanya memikirkan tentang keuntungan perbankan saja, melainkan kami juga memikirkan keuntungan yang akan diterima oleh nasabah. Pernah ada satu nasabah datang ke BPRS. Nasabah itu sebelumnya pernah melakukan pinjaman ke bank konvensional, namun tidak dapat mampu menopang usaha dimana pembiayaan yang diajukan sebelumnya*

<sup>59</sup> Hari Susanto, *Personalia*, Wawancara Pribadi, Tanggal 15 April 2021 pukul 11.02 WIB

*apabila ingin mengajukan pembiayaan kembali harus dalam jumlah yang lebih besar. Maka dari itu, nasabah tersebut lebih memilih untuk melakukan pembiayaan di PT BPRS Puduarta Insani.*<sup>60</sup> Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwasanya pihak PT BPRS Puduarta Insani bukan hanya memikirkan keuntungan pribadi bank, tetapi juga memikirkan keuntungan yang akan didapatkan oleh nasabah. Selain itu nasabah yang telah melakukan pembiayaan di BPRS tersebut boleh melakukan melakukan pembiayaan kembali setelah pembiayaan pertama telah selesai kewajibannya dan boleh melakukan pembiayaan berapa pun selama masih mengikuti plafond dari PT BPRS Puduarta Insani.

## **B. Pembahasan**

Pada pembahasan ini terdapat beberapa hal yang akan peneliti jelaskan. Pembahasan ini dimaksudkan agar dapat menunjukkan sikap resistensi atau upaya bertahan PT BPRS Puduarta Insani dalam melawan produk KUR. Adapun bentuk resistensi PT BPRS Puduarta Insani yang saat ini terlihat adalah pencari rutinitas atau *routine seeking* dimana PT BPRS Puduarta Insani berusaha mencari jalan keluar serta solusi dari permasalahannya menghadapi persaingan produk KUR dengan menggunakan strategi pilihan yang dianggap mampu bertahan.

### **1. Resistensi PT BPRS Puduarta Insani Tembung Menghadapi Produk KUR Ditinjau dari Strategi Bertahan**

Beberapa penerapan aspek strategi bertahan pada PT BPRS Puduarta Insani sebagai tindakan menghadapi produk KUR bila merujuk pada kerangka teori adalah sebagai berikut:

#### **a. Produk**

Ada kesusaian dengan ulasan teori produk yang merupakan kesatuan barang dan jasa agar dapat dibeli dan dikonsumsi memiliki dua alternatif

---

<sup>60</sup> Heri Ambri, *Account Officer*, Wawancara Pribadi, Tanggal 23 Maret 2021 pada pukul 10.17 WIB.

strategi yaitu pengembangan produk dan siklus daur hidup produk.<sup>61</sup> Dalam realisasinya produk PT BPRS Puduarta Insani seperti *murabahah* dan *ijarah* merupakan sistem pengembangan produk, di mana selain solusi dari modal para pelaku usaha, PT BPRS Puduarta Insani juga membuat agar produk ini dapat mengembangkan usaha nasabah, bukan hanya dikenal. Walau begitu, poin penting dari produk *murabahah* dan *ijarah* adalah ke dua produk ini sesuai diterapkan untuk usaha yang ada di lingkungan masyarakat. Meskipun produk *murabahah* dan *ijarah* ini sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha, tetapi dalam kenyataannya masyarakat lebih nyaman dengan produk perbankan konvensional terutama dari sisi keringanan margin, jumlah pembiayaan *murabahah* dan *ijarah* yang dituangkan dalam table yang tertera pun bila dibandingkan dengan produk tentunya masih sangat jauh.

b. Tempat

Dalam distribusi, apabila dikaitkan dengan teori, tentunya penetapan strategi lokasi pada PT BPRS Puduarta Insani ini telah sesuai. Kesimpulan yang dapat ditarik dari strategi distribusi bahwa PT BPRS Puduarta Insani lebih memanfaatkan lokasi yang berdekatan dengan fasilitas usaha sebagai tindakan strategi distribusi. PT BPRS Puduarta Insani lebih memanfaatkan lokasi operasional yang berpotensi menunjang kinerja perbankan, banyak usaha yang melingkupi keberadaan PT BPRS Puduarta Insani selain dari pada pasar, terdapat pula rumah-rumah makan, toko foto copy. Jika potensial dari lokasi ini benar-benar mampu dieksekusi dengan baik oleh PT BPRS Puduarta Insani, pastinya sangat menunjang, permasalahannya produk KUR juga telah merambah pelaku usaha cukup luas bahkan sampai pada fasilitas perdagangan seperti pasar.

c. Partisipan

Setidaknya ada hal yang diperhatikan dalam strategi partisipan menurut teori, yaitu Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia di bidang

---

<sup>61</sup> Rahmat Efendi. Mikhriani, *Analisis Kondisi Bisnis BPRS Dalam Meningkatkan Pasar Industri Jasa Perbankan*, dalam Jurnal MD, Januari-Juni 2015, h. 80.

Perbankan Syariah. Hal ini di perlukan untuk memicu pengembangan Bank Syariah agar memperhatikan faktor yang tidak bertentangan dengan syariah. Artinya bidang usaha yang akan di biyai tidak saja harus mampu mendatangkan profit, tetapi juga harus menghasilkan barang atau jasa yang halal (*halalan thayibah*), dan terakhir Melakukan diversifikasi portofolio. Dalam memberikan pembiayaan Bank Syariah perlu mengupayakan agar pembiayaan tersebut tidak terkonsentrasi pada suatu sektor ekonomi dan bidang usaha saja.<sup>62</sup>

Masih terdapat kelemahan dalam strategi partisipan yang ditearapkan PT BPRS Puduarta Insani, yaitu bila pelayanan pada PT BPRS Puduarta Insani lebih cepat dari pada sistem di bank konvensional terutama pengajuan produk KUR, akan tetapi produk KUR sudah lebih dahulu mengambil para pelaku usaha, kelemahan demikian yang harus segera diselesaikan sehingga dalam hal partisipan PT BPRS Puduarta Insani tidak hanya mengedepankan standar atau kriteria pegawai tetapi juga meningkatkan kinerja pegawai.

## 2. Resistensi PT BPRS Puduarta Insani Tembung Menghadapi Produk KUR Ditinjau dari Strategi

Sedangkan beberapa penerapan aspek strategi bersaing pada PT BPRS Puduarta Insani sebagai tindakan menghadapi produk KUR bila merujuk pada kerangka teori adalah sebagai berikut:

### a. Edukasi

Edukasi memang menjadi strategi utama PT BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi produk KUR, ada sisi keberhasilannya yaitu adanya pelaku usaha yang yakin dengan nilai syariah dalam muamalah, dimana meski terdapat produk KUR dengan margin ringan, pelaku usaha tersebut tetap memilih produk PT BPRS Aman Syariah yang tidak menerapkan prinsip riba atau bunga, namun hanya ada satu nasabah. Dari sini dapat dikatakan startegi edukasi belum maksimal bila pelaksanaan hanya sekali

---

<sup>62</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustri*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2012), h. 56.



atau dua kali saja, dan juga bila tidak diimbangi dengan praktek yang benar justru kurang mendapat perhatian masyarakat. Perbedaan dari strategi edukasi dengan promosi ini dilihat dari event yang ada, edukasi memang khusus pada event yang diadakan oleh pihak PT BPRS Aman Syariah, sementara promosi dilaksanakan pada event diluar kegiatan lembaga seperti pengajian. Sasaran dalam strategi edukasi ini adalah mayoritas dari masyarakat yang sudah menjadi nasabah. Kegiatan edukasi yang tertera dalam teori ada tiga aspek yang telah dijalankan PT BPRS Puduarta Insani yaitu:

- 1) Meyakinkan masyarakat khususnya masyarakat muslim di Indonesia untuk menabung dan berhubungan dengan perbankan syariah secara intensif. Termasuk menjelaskan konsep perbankan syariah secara lebih mudah dimengerti berbagai lapisan masyarakat.
- 2) Pendekatan rasional meliputi pelayanan yang memuaskan tingkat bagi hasil dan margin yang bersaing serta kemudahan akses dan fasilitas. Pendekatan rasional juga bermakna menggunakan akal sehat dan cerdas dalam memilih bank syariah.
- 3) Pendekatan spiritual adalah pendekatan emosional keagamaan karena sistem dan label syariah yang melekat pada bank syariah. Pendekatan ini cocok bagi mereka yang taat menjalankan agama atau masyarakat yang loyal kepada aplikasi syariah. Kegiatan keagamaan juga ditunjukkan PT BPRS Puduarta Insani dalam beberapa moment seperti pembuatan kupon daging qurban dan produk simpanan yang berkaitan dengan ibadah. PT BPRS Puduarta Insani tidak bisa menjadikan strategi edukasi ini sebagai harapan utama. Hal ini dikarenakan pemahaman masyarakat masih awam dan hanya sekedar mempertimbangkan margin.

b. Promosi

PT BPRS Puduarta Insani membidik trend sosial media sebagai langkah strategi promosi. Bentuk promosi yang demikian kurang mendapat keberhasilan. Belum terdapat bukti dari efektivnya bentuk promosi ini. Hal

ini karena memang kebanyakan masyarakat umum menggunakan sosiasal media selain untuk komunikasi juga untuk hiburan. Masih sangat sedikit yang menggunakannya untuk melihat produk perbankan syariah. Masyarakat terutama pelaku usaha pastinya juga ingin melihat kinerja perbankan syariah secara langsung bukan sekedar dari media sosial.

Bentuk strategi promosi yang tercantum dalam teori diantaranya melakukan sosialisasi dan promosi intensif tentang konsep perbankan syariah, termasuk menjelaskan keuntungan menabung dan mengambil kredit di perbankan syariah serta langkah-langkah untuk mensosialisasikan keberadaan BPRS bukan saja produknya melainkan sistem yang digunakan perlu untuk diperhatikan.<sup>63</sup> Meskipun promosi marketing yang dilakukan PT BPRS Puduarta Insani sesuai dengan teori yaitu berupa penyebaran brosur dan mengunggah di media sosial, juga pengenalan perbankan syariah melalui edukasi yang ada. Hal ini masih sangat jauh agar bisa bersaing dengan produk KUR di mana sampai saat ini pun masyarakat masih memilih sisi margin yang rendah.

c. Sumber daya manusia yang baik

Perbedaan bentuk pendekatan jenis ini dengan promosi adalah sumber daya manusia PT BPRS Puduarta Insani mampu melihat kesempatan pendekatan seperti ini, lalu eksekusinya adalah melalui promosi.

Ada dua model strategi peningkatan sumber daya manusia yang dipakai PT BPRS Puduarta Insani yaitu melakukan perekrutan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang dengan sistem manajemen modern dan kompetitif. Selanjutnya ialah penguasaan ilmu dan teknologi adalah persyaratan utama bagi kemajuan dalam berbagai bisnis perjuangan.<sup>64</sup> Meskipun karyawan PT BPRS Puduarta Insani dituntut menguasai teknologi. Namun teknologi pada PT BPRS Puduarta Insani masih belum bisa dibandingkan dengan bank konvensional. Bila tidak bisa diatasi

---

<sup>63</sup> Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 31.

<sup>64</sup> Muhammad Ali Aji Hasim, *Bisnis Satun Cabang Jihad*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005), h. 178-179.

penguasaan teknologi karyawan belum bisa digunakan sebagai bentuk strategi bersaing.

d. Bukti fisik

Hasil dari bukti fisik dalam pelaksanaan strategi bersaing PT BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi produk KUR adalah dengan tercantumnya data jumlah pembiayaan *murabahah* dan *ijarah* serta dari jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* yang berjumlah. Penerapan strategi edukasi menyumbang salah satu nasabah yang tidak lagi tertarik dengan produk KUR dan memilih produk PT BPRS Puduarta Insani yang menggunakan sistem bagi hasil. Jika berbicara mengenai persaingan dengan produk KUR angka penyaluran pembiayaan *ijarah* dan *murabahah* dalam tabel tersebut belum dapat dikatakan kompetitif. Jika dikaitkan pendapat teori hanya satu aspek yang dipakai yaitu melalui pemetaan potensi dan optimasi ekonomi daerah akan diketahui berapa besar kemampuan BPRS dan lembaga keuangan syariah yang lain dalam mengelola sumber-sumber ekonomi yang ada.<sup>65</sup> Mengingat produk KUR juga mempunyai bukti fisik yang cukup yaitu para pelaku usaha berikut usahanya yang sudah di danai. Untuk pendapat dari teori lainnya yang berkaitan dengan bukti fisik perlu menjadi pertimbangan ke depan. Bukti fisik dari keberhasilan operasionalnya belum terlihat sepenuhnya dapat bersaing dengan produk KUR. Dari jumlah pembiayaan *murabahah* dan *ijarah* saja masih terkesan sedikit, apabila melihat jumlah para pelaku usaha yang telah menerima pembiayaan produk KUR.

---

<sup>65</sup> Nilam Sari, “Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam”, dalam Jurnal Media Syariah No. 02 Vol XIV, Juli-Desember 2012, h. 201.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT BPRS Puduarta Insani dapat disimpulkan bahwasanya bentuk resistensi pada PT BPRS Puduarta Insani adalah “Pencari Rutinitas atau *Routine Seeking*” di mana PT BPRS Puduarta Insani berusaha mencari jalan keluar serta solusi dari permasalahannya menghadapi persaingan produk KUR dengan menggunakan strategi pilihan yang dianggap mampu bertahan. Adapun resistensi PT BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi produk KUR apabila ditinjau dari dua strategi yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Strategi bertahan PT BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi produk KUR melalui produk, tempat dan partisipan. Dari ketiga aspek tersebut berupa aspek produk dan tempat terdapat kesesuaian dengan prinsip teori, sementara aspek distribusi menjadi peluang potensial. Hal ini bisa dikatakan semua aspek teori yang digunakan dalam strategi bertahan.
2. Strategi bersaing PT BPRS Puduarta Insani dalam menghadapi produk KUR yaitu melalui edukasi, promosi, sumber daya manusia yang baik serta bukti fisik. Edukasi menjadi aspek harapan untuk PT BPRS Puduarta Insani karena strategi berupa pemahaman dan pendekatan, promosi dan sumber daya manusia juga terdapat kesesuaian dengan teori sementara bukti fisik adalah komponen yang tidak terpakai karena belum terlalu terlihat secara bentuk.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Mengadakan evaluasi tentang kendala-kendala penyaluran produk PT BPRS Puduarta Insani sendiri dan evaluasi strategi yang belum maksimal

untuk bersaing dengan KUR dan tindakan lebih lanjut mengenai penerapan strategi tersebut. Evaluasi sangat perlu dilaksanakan selain mengetahui kendala di lapangan evaluasi juga dapat memberi penemuan baru terkait situasi pelaku usaha.

2. Menciptakan inovasi baru terkait strategi dalam menghadapi produk perbankan konvensional yaitu KUR dan menciptakan keberhasilan nyata sebagai bentuk kompetisi PT BPRS Puduarta Insani terhadap KUR. Pelaksanaan strategi pada PT BPRS Puduarta Insani memang perlu ditingkatkan kembali, untuk berkompetitif dengan produk yang notabennya sudah merambah pelaku usaha tanpa usaha pendekatan seperti promosi.
3. Berusaha meluncurkan inovasi produk yang benar-benar dapat berkompetitif dengan bank konvensional untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, Azhari. Isnaini. Nawawi, M, Zuhrinal. Syakir, Ahmad. Yusrizal. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Medan: La-Tansa Press, 2011.
- Akmal, Azhari. et. al. *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2015.
- Al Arif, Rianto, Nur. *Lembaga Keuangan Syari'ah Suatu Kajian Teoritis Praktis*.
- Antonio, Syafi'i, Muhammad. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Ascarya. *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2012. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Bi Rahmani, Ahmadi, Nur. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016.
- Hai, Aji, Ali, Muhammad. *Bisnis Satun Cabang Jihad*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005.
- Hendro. Tri. Tjandra Raharja., Tjandra, Conny. *Bank dan Institusi Keuangan Non Bankdi Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.
- Ifham, Ahmad. *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syari'ah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Ilhamy, Latief, Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. *Buku Kumpulan Peraturan Tahun 2016 Kredit Usaha Rakyat*. Jakarta: 2016.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. *Kumpulan Peraturan Tahun 2016 Kredit Usaha Rakyat*. Jakarta, 2016.
- Komaria, Aan & Satori, Djaman. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- M.D.J Al-Barry. Hadi, Sofyan. *Kamus Ilmiah Kontemporer dilengkapi pedoman pembentukan istilah*. Bandung: Pustaka Setia, 2000.
- Machmud, Amir. Rukmana. *Bank Syariah Teori Kebijakan dan Studi Empiris di*

- indonesia*. Bandung: Erlangga, 2010.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UPPAMP, 2002.
- Muhammad. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Porter, Michael. *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Satori, Djaman. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah Deskripsi dan Ilustrasi Cetakan Pertama*. Yogyakarta: EKONESIA, 2003.
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian Kuantitatifm Kualitatif dan Mix Method*. Depok: PT. Raja Grafindo, 2019.
- Surakhmad, Winamo. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*. Bandung: Tarsito, 1998.
- Umam, Khotibul. *Trend Pembentukan Bank Umum Syari'ah Pasca Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Konsep, Regulasi, dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009.
- Agusrinal & Diniaty, Dewi. *Perencanaan Strategi Pemasaran pada Produk Anyaman Pandan*. Jurnal Sains, Teknologi dan Industri. 02(11). 2014.
- Amalia, Aisyah. *Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Bauran Pasar dan SWOT pada Perusahaan Popsy Tubby*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. 03(1). 2016.
- Atika. *Pengaruh Inflasi, Non Performing Financing (NPF) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah di Indonesia (Periode 2006-2016)*. 2019.
- Diah, Wahyuni, Tria, Heny. *Resistensi Perubahan Disposisional dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Operator Sistem Akuntansi Instansi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 03(7). 2015.
- Fadhila, Indah, Tri & Rahma. *Analisis Persepsi Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Dosen Tamu Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi*

- dan Bisnis Islam UINSU*). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 01(3). 2020.
- Faiz, A, Ihda. *Ketahanan Kredit Perbankan Syariah Terhadap Kritis Keuangan Global*. *Jurnal Ekonomi Islam* 02(4). 2010.
- Hosen, Nadrattuzaman, Muhammad. *Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat pada Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Pati*. 01(3). 2014.
- Irwan. *Strategi Bertahan Hidup Perempuan Penjual Buah-Buahan Studi Perempuan di Pasar Raya Padang Kecamatan Padang Barat Kota Padang Provinsi Sumatera Barat*. *Jurnal Humanus*. 02(15). 2015.
- Laihad, Amelia, Rifka. *Analisis Faktor yang Menyebabkan Resistensi dalam Proses Perubahan Organisasi di Otoritas Jasa Keuangan Sulawesi Utara*. *Jurnal EMBA*. 01(7). 2019.
- Mikhriani & Efendi, Rahmat. *Analisis Kondisi Bisnis BPRS Dalam Meningkatkan Pasar Industri Jasa Perbankan*. *Jurnal MD*. 2015.
- Nisa, Chaerani. *Analisis Dampak Kebijakan Penyaluran Kredit Kepada UMKM Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan UMKM oleh Perbankan*. *Jurnal Manajemen*. 02(11). 2016.
- Nurcholifah, Ita. *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*. *Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies*. 01(4). 2014.
- Ridwansyah. Rafiruddin. *Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Makassar*. *Jurnal Riset*. 09(3). 2017.
- Sari, Nilam. *Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Media Syariah*. 02(14). 2012.
- Satriani. *Resistensi Sosial Masyarakat Suku Bajo Studi Kasus Atas Perlawanan Masyarakat di Pulau Masudu*. *Jurnal Neo Societal*. 02(3). 2018.
- Diakses pada tanggal 22 Februari 2021.  
<https://gopinjol.com/kur/syarat-tabel-kur-mandiri-bni/>. Diakses pada tanggal 31 Maret 2021.
- <https://gopinjol.com/kur/tabel-kur-bri/>. Diakses pada tanggal 31 Maret 2021.
- <https://kbbi.web.id/bank.html>. Diakses tanggal 17 Januari 2021.
- <https://kbbi.web.id/resistensi>. Diakses tanggal 15 Maret 2021.



<https://portalilmu.com/2019/11/jenis-jenis-kredit-usaha-rakyat-atau-kur.html>.

<https://www.zonakeuangan.com/2020/09/syarat-pengajuan-kur-bank-sumut.html>.

Diakses pada tanggal 31 Maret 2021.

Surah Asy-Syu'ara Ayat 183. [tafsirq.com/26-asy-syuara/ayat-183](https://tafsirq.com/26-asy-syuara/ayat-183). Diakses tanggal 17 Januari 2021.

## LAMPIRAN

### Lampiran I [Daftar Pertanyaan]

#### A. Personalia

1. Bagaimana sejarah awal mula PT BPRS Puduarta Insani berdiri?
2. Apa saja visi dan misi dari PT BPRS Puduarta Insani?
3. Bagaimana Struktur Organisasi PT BPRS Puduarta Insani Tembung?
4. Karakteristik apa saja yang wajib ada pada pegawai PT BPRS PuduartaInsani?

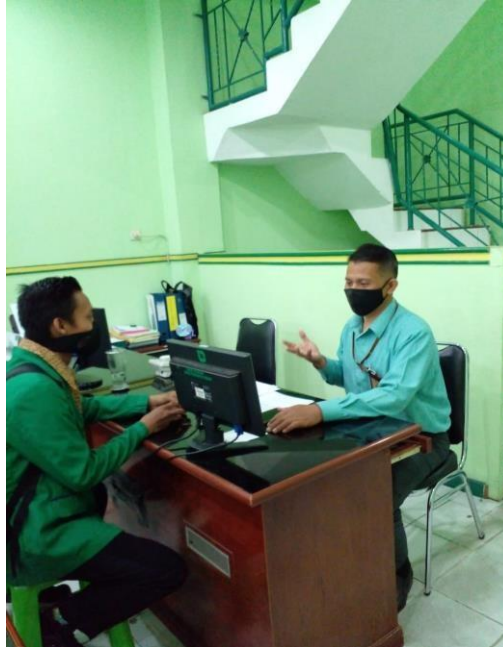
#### B. Supervisor Marketing

1. Produk pembiayaan apa sajakah yang paling diminati nasabah?
2. Apakah ada produk pembiayaan pada PT BPRS Puduarta Insani yang mampu berkompetitif terhadap KUR Konvensional?
3. Apakah ada kendala PT BPRS Puduarta Insani dalam penyaluran produknya?

#### C. Account Officer

1. Apakah ada kendala PT BPRS Puduarta Insani Tembung dalam penyaluran produknya?
2. Bagaimana strategi bertahan PT BPRS Puduarta Insani terhadap produk KUR?
3. Bagaimana strategi bersaing PT BPRS Puduarta Insani terhadap produk KUR?

## Lampiran II [Dokumentasi]



Wawancara dengan Supervisor Marketing PT BPRS Puduarta Insani Tembung  
pada 19 April 2021



Wawancara dengan Account Officer PT BPRS Puduarta Insani Tembung pada 19  
April 2021



Wawancara dengan Personalia PT BPRS Puduarta Insani Tembung pada 15 April2021

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Ahmad Ridwan Laoly
2. NIM : 0503196242
3. Tempat/ Tanggal Lahir : Medan/ 02 November 1998
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat : Jl. Pendidikan 1 Sei Rotan
6. No. HP : 088261766533
7. Email : khawarizmi983@gmail.com

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Diploma 3 UIN Sumatera Utara tahun 2019
2. MA Lab. IAIN Medan tahun 2016
3. MTS Al-Washliyah Tembung tahun 2013
4. SD N 107398 tahun 2010

### **III. RIWAYAT ORGANISASI**

1. Anggota IQEB (2017)