

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

##### **1. Gambaran Umum BPRS Puduarta Insani**

BPRS Puduarta Insani didirikan bermula pada saat Brigjen TNI Drs. H. Nazril Adlani selaku rektor ketika Rektor IAIN Sumatera Utara memberikan gagasan dikalangan pejabat IAIN berupa IAIN harus bisa memberikan kontribusi nyata di tengah banyaknya masyarakat pada tahun 1992. Kemudian gagasan tersebut dibahas melalui Forum Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah Islam (FKEBI) yang merupakan kegiatan kursus perbankan syariah.

FKEBI berhasil menyelenggarakan kegiatan kursus 4 angkatan, gagasan yang diberikan rektor IAIN dapat terwujud dengan direncanakannya pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah atau BPRS yang mana pegawainya diambil dari kursus perbankan.

Pada tanggal 4 Juli 1994, berdasarkan akte Notaris Ny. Chairani Bustami, SH. didirikanlah PT. BPRS Puduarta Insani Tembung. Pada tanggal 18 Juni 1996, secara resmi BPRS secara mulai beroperasi. Menurut informasi kata puduarta berasal dari bahasa serang banten yang memiliki arti rumah harta.

BPRS Puduarta memiliki modal awal berjumlah Rp 178.500.000. dan semakin bertambah pada akhir desember 2005 karena adanya modal saham yang ditanam berjumlah Rp 1.000.000.000. IAIN Sumatera Utara menjadi pemegang utama (38%) dan BADZA (28%) dan saham masyarakat (34%).

Akhir desember 2013 hingga saat ini, PT BPRS Puduarta Insani memiliki kantor operasionalnya yaitu terdiri dari 1 Kantor Pusat di Jl. Besar Tembung No. 13 A, dan 1 Kantor Cabang yang beroperasi tanggal 01 Juli 2011 di Kampus IAIN Sumatera Utara Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan Estate

## 2. Visi dan Misi BPRS Puduarta Insani

### a. Visi

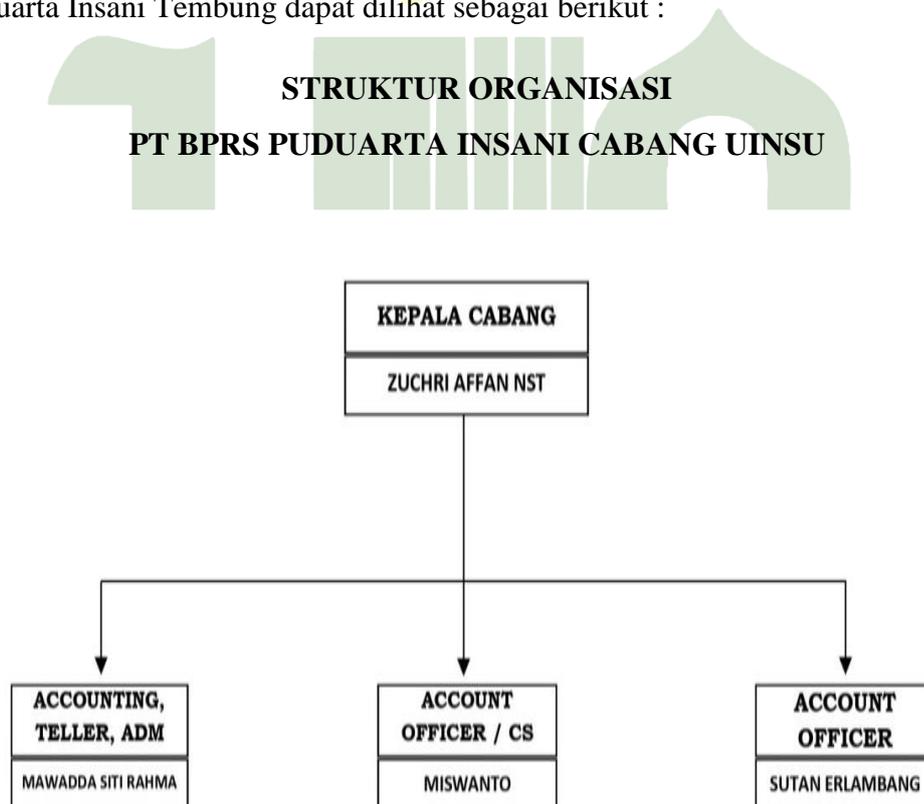
- 1) Menajdi BPR Syariah Terbaik di Sumatera Utara

### b. Misi

- 1) Menerapkan prinsip syariah secara murni
- 2) Melayani secara profesional
- 3) Memanfaatkan teknologi untuk efisiensi dan kualitas

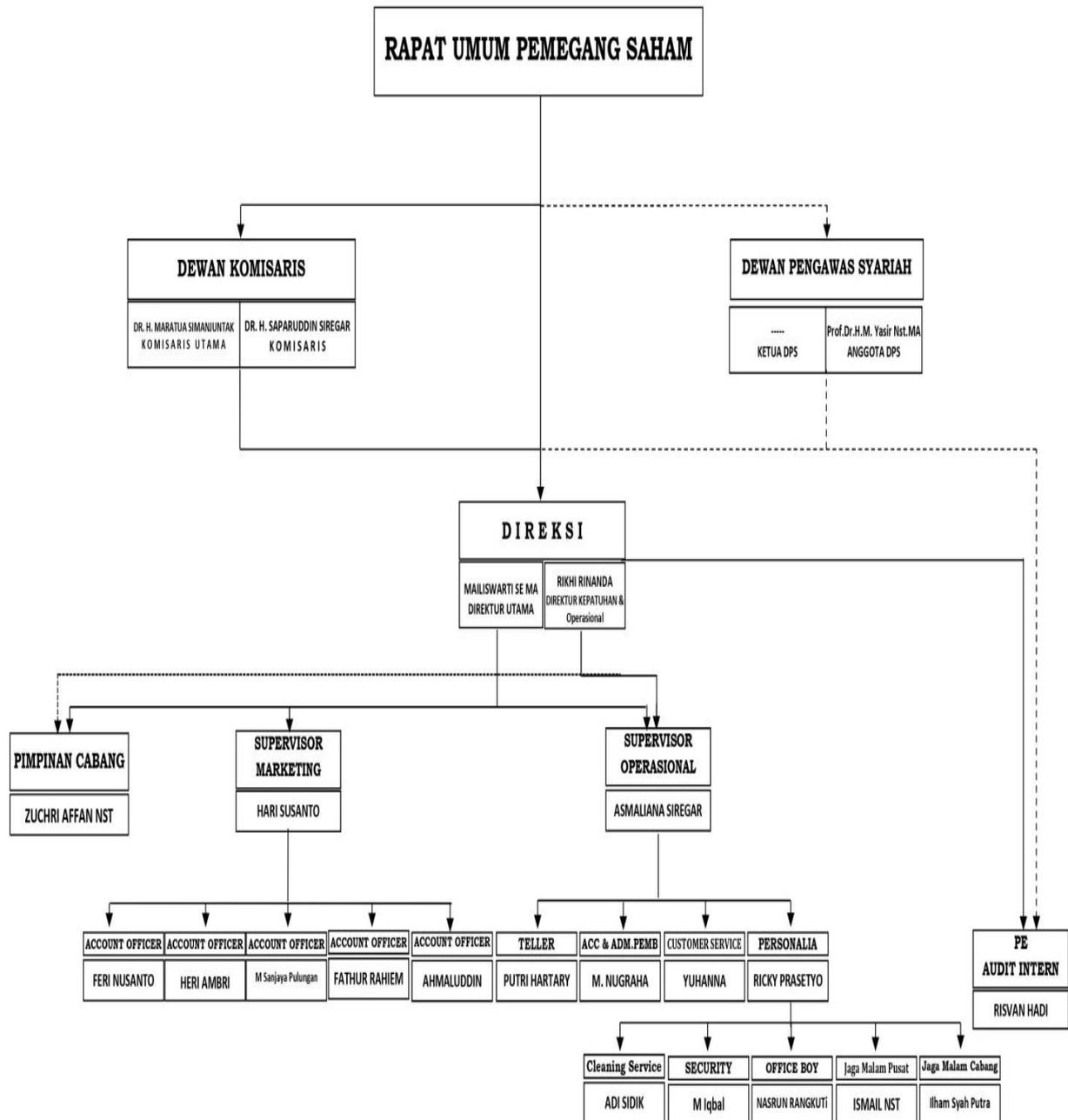
## 3. Struktur Organisasi BPRS Puduarta Insani

Setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi masing-masing, yang memiliki peran penting bagi perusahaan. Terdapat tugas-tugas wewenang dan tanggung jawab yang ditetapkan pada setiap orang dalam mencapai tujuan serta bagaimana setiap pegawai dapat berkomunikasi dan berkoordinasi dengan baik sehingga kinerja perusahaan terarah. Adapun struktur organisasi PT.BPRS Puduarta Insani Tembung dapat dilihat sebagai berikut :



**Gambar 4. 1 Struktur Organisan PT BPRS Puduarta Insani UINSU**

## STRUKTUR ORGANISASI PT BPRS PUDUARTA INSANI TEMBUNG



**Gambar 4. 2 Struktur Organisasi BPRS Puduarta Insani Tembung**

#### 4. Deskripsi Tugas PT BPRS Puduarta Insani

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab setiap bagian pada PT BPRS Puduarta Insani

##### a. Direktur Utama

- 1) Melakukan pengurusan BPRS sesuai Anggaran Dasar
- 2) Melaksanakan kegiatan supervisi terhadap pelaksanaan tugas supervisor kantor kas audit
- 3) Membuat Rencana Kerja Tahunan (RKT) agar disetujui oleh RUPS dengan bekerja sama dengan direktur Operasi
- 4) Melakukan koordinasi dengan supervisor untuk mengevaluasi kinerja pegawai dan memberikan motivasi kerja terhadap semua pegawai
- 5) Mengontrol kualitas pelayanan bank, kelancaran pembayaran cicilan nasabah serta menandatangani akad pembiayaan

##### b. Direktur Operasional

- 1) Bertanggung jawab penuh terhadap bidang operasional dan kepatuhan
- 2) Mengecek berbagai laporan yang akan dikirimkan ke BI, LPS, dan perpajakan, apakah udah berjalan dengan baik atau terjadi keterlambatan
- 3) Menyusun rencana kerja tahunan (RKT) untuk mendapat persetujuan RUPS dengan melakukan bekerja sama dengan Direktur Utama
- 4) Melakukan pelatihan kepada setiap pegawai guna mempersiapkan sumber daya insani yang kompeten

##### c. Teller

- 1) Melayani penarikan, penyetoran uang tunai maupun transaksi tabungan, deposito atau pembiayaan
- 2) Membuka brankas bersama dengan SPV Operasional mengambil uang dan cash box teller di pagi hari
- 3) Mencatat transaksi harian teller sesuai dengan tanggal hari sebelumnya
- 4) Melakukan pembayaran dan penerimaan yang berhubungan dengan pembayaran biaya-biaya bank, biaya personalia dan umum melalui kas teller

d. *Account Officer*/Pegawai marketing

- 1) Memproses pembiayaan nasabah
- 2) Membuat pengajuan permohonan nasabah yang telah dicek untuk disampaikan kepada direksi
- 3) Menyiapkan tanda tarima permohonan dan menerima permohonan nasabah jika sudah disetujui untuk diproses dan mewawancarai nasabah yang melakukan pembiayaan
- 4) Memeriksa kelengkapan Permohonan nasabah, melakukan koordinasi dengan ADM untuk mengecek bank ceking
- 5) Menyusun laporan kunjungan

e. *Staff Administrasi Pembiayaan*

- 1) Memelihara data pembiayaan
- 2) Mengecek surat keterangan jaminan dan kelengkapan dokumen dan asli dokumen pembiayaan yang diserahkan AO dan ADM untuk disimpan ke brankas
- 3) Mengevaluasi dokumen legal maupun jaminan pembiayaan yang akan dicairkan
- 4) Menyimpan asli dokumen pembiayaan ke brankas dan dokumen file ke filing cabinet.

f. *Staff Audit*

- 1) Melakukan audit transaksi operasional
- 2) Memeriksa tiket-tiket transaksi operasional, kelengkapan sk jaminan, dokumen asli serta mengecek ada atau tidaknya selisih-selisih pembukuan
- 3) Menyusun laporan rekonsiliasi
- 4) Membantu dewan komisaris dan DPS menyiapkan bahan laporan

g. *Supervisor Marketing*

- 1) Melakukan supervisi terhadap pegawai marketing
- 2) Mengecek kelayakan pembiayaan nasabah berdasarkan usulan dari pegawai marketing
- 3) Mengontrol kelengkapan data nasabah yang di butuhkan dan kelayakan penyusutan tagihan cicilan

- 4) Membuat daftar asuransi ,mengirim data asuransi ke asuransi, membuat permohonan claim asuransi.

#### h. Supervisor Operasional

- 1) Melakukan supervisi kepada staff teller, Akuntansi/Deposito dan Umum
- 2) Memeriksa keaslian tiket dan menyetujui biaya-biaya yang akan dicairkan dan akan diposting ke mutasi transaksi sesuai dengan persetujuan limit biaya yang dikeluarkan
- 3) Memastikan kecocokan mutasi teller, dengan buku besar cash accounting dan baki debt pembiayaan di ADM
- 4) Menandatangani cash opname, mutasi transaksi teller yang sudah dicocokkan
- 5) Memasukkan uang dan cash box ke brankas bersama dengan teller

#### i. Personalia Umum

- 1) Memberikan Pelayanan kepersonaliaaan dan Umum
- 2) Melayani pembayaran terkait dengan kepersonaliaaan
- 3) Mengecek dan membuat usulan barang yang diperlukan untuk keperluan kantor
- 4) Mengontrol peralatan kerja, kondisi kantor dan berbagai pendukung bagi pelaksanaan tugas-tugas pegawai
- 5) Mengontrol pembayaran pajak-pajak seperti perizinan HO, TDP, NPWP, Domisi, PBB Bangunan kantor dan sejenisnya
- 6) Membuat catatan mengenai ada surat masuk dan surat keluar ke register

### 5. Produk Pembiayaan BPRS Puduarta Insani

Terdapat beberapa produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS Puduarta Insani yaitu sebagai berikut:

#### a. Mudharabah (bagi hasil)

Pembiayaan mudharabah pada PT BPRS Puduarta Insani adalah kerja sama yang dilakukan oleh pihak bank dengan nasabah dalam jangka waktunya 1 s/d 3 tahun, dalam hal ini modal seluruhnya diberikan oleh bank kepada nasabah sesuai dengan persetujuan yang tertera pada akad pembiayaan.

b. Murabahah (jual beli)

Pembiayaan murabahah PT BPRS Puduarta Insani adalah pembiayaan dengan akad jual beli. Dalam akad jual beli, nasabah mengajukan permohonan pembelian barang baik itu barang konsumtif maupun barang untuk keperluan usaha kepada pihak bank. Keduanya melakukan negosiasi untuk penetapan harga atau margin yang disepakati atas barang tersebut sesuai jangka waktu pembayaran yang akan dilakukan nasabah. Selanjutnya bank mengadakan barang yang dibutuhkan lalu menyerahkan kepada nasabah. Kemudian nasabah akan mencicil pembayaran kepada bank sesuai jadwal yang telah ditentukan.

c. Ijarah dan Ijarah Muntahiya Bit Tamlik

Ijarah atau ijarah muntahiya bittamlik merupakan akad sewa menyewa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara BPRS dan pihak lain. Dalam pembiayaan ijarah, bank bertindak sebagai pemberi sewa, dimana bank menyewakan fasilitas barang kepada nasabah dengan mengenakan biaya yang sudah disepakati bersama lalu nasabah sebagai penyewa, membayar biaya sewa sampai jangka waktu tertentu dengan imbalan ijarah, atau terdapat opsi kepemilikan barang itu sendiri jika menggunakan ijarah muntahiya bittamlik

d. Qord

Qord merupakan pembiayaan yang diberikan pihak bank dalam hal ini terjadinya transaksi pinjam meminjam tanpa adanya imbalan apapun, yang dilakukan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara BPRS dengan nasabah, dimana nasabah wajib mengembalikan dana yang telah diberikan oleh bank sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati kedua belah pihak

## **B. Pembahasan**

### **1. Strategi pemasaran BPRS dalam mendukung keuangan inklusif bagi sektor mikro**

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan yang dilakukan oleh penulis, BPRS Puduarta Insani dalam memasarkan produknya menggunakan strategi *marketing mix*, strategi differensiasi, dan strategi *positioning* yang terdapat pada salah satu teori *marketing tactic* oleh Hermawan Kertajaya yang digunakan oleh peneliti

dalam skripsi ini. Dalam teorinya, Hermawan Kertajaya menjelaskan Marketing Mix atau bauran pemasaran terdiri dari *product, price, promotion, place*. Diantaranya adalah:

a. *Product/Produk*

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada pak Rikhi Rinanda dan pak Heri Ambri bahwasanya dalam hal ini produk yang banyak ditawarkan kepada UMKM adalah pembiayaan murabahah sekaligus yang paling banyak digunakan di BPRS Puduarta Insani Tembung.

Pak Rikhi Rinanda mengatakan “Keunggulan produk kita itu murabahah atau jual beli yang lebih menonjol di BPRS Puduarta Insani karena fungsi murabahah ini mendukung usaha UMKM baik itu dari segi modal kerjanya, kemudian untuk konsumsi juga bisa, sepeda motor juga bisa sebagai investasi yang bisa mendukung usahanya”

Kalau pembiayaan mudharabah disini ada, tapi sangat jarang digunakan karena mudharabah ini bagi hasil ya, artinya nasabah itu sebagian besar dari developer atau investor dan tidak pernah sektor UMKM menggunakan pembiayaan ini karena pembiayaan mudharabah ini membutuhkan dana yang besar terus resikonya juga besar, makanya kami banyak bermain di murabahah daripada mudharabah. (Rinanda, 2024)

Berdasarkan wawancara dengan pak Heri Ambri bahwasanya dalam melakukan pemasaran produk, BPRS Puduarta Insani menawarkan produk dengan harga murah dan terjangkau, pembiayaan mudah dan cepat diproses, pembiayaan dapat dicicil tergantung plafon pembiayaan yang diambil oleh nasabah.

Pak Heri Ambri mengatakan “Produk yang ditawarkan dengan harga yang terjangkau dan mudah di proses oleh nasabah, biasanya pencairan 3-4 hari. Pembiayaan dapat dicicil dengan jangka waktu selama 12 bulan, 24 bulan, 36 bulan tergantung plafon nya berapa yang diambil”. Contoh angsuran pembiayaannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 1 Angsuran Pembiayaan**

Plafon Pembiayaan	Jangka Waktu Pembiayaan		
	12 bulan	24 bulan	36 bulan
3.000.000	279.300	154.100	1.130.000
4.000.000	372.400	205.600	150.700
5.000.000	465.600	256.900	188.400
6.000.000	558.700	308.300	226.100
7.000.000	651.800	359.700	263.700
8.000.000	745.000	411.000	301.400
9.000.000	838.000	462.400	339.100
10.000.000	931.100	513.900	376.800
15.000.000	1.396.700	770.700	565.200
20.000.000	1.862.400	1.027.600	753.600
25.000.000	2.327.900	1.284.600	941.900
3.000.000	2.793.500	1.541.500	1.130.300

Sumber: BPRS Puduarta Insani Tembung, 2024

b. *Price/Harga*

Berdasarkan wawancara dengan pak Heri Ambri bahwasanya margin yang dimiliki BPRS Puduarta paling murah dikalangan BPRS lainnya. Dalam penetapan margin, BPRS Puduarta Insani Tembung melakukannya sesuai dengan akad dan ketentuan yang dijelaskan dan berdasarkan kesepakatan bersama sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antara bank dengan nasabah karena telah dilakukan negosiasi sebelumnya.

Pak Heri Ambri mengatakan “Kalo dikalangan BPRS lainnya, BPRS Puduarta itu margin nya paling murah. Kalo untuk UMKM sampai ke 20% tergantung nominal dan resikonya, kalau per bulan sekitar 1,2% dibawah itu juga bisa tergantung jenis pembiayaan dan sesuai negosiasi dengan nasabah. Untuk kerja sama dengan Perusahaan/Kampus dengan cara potong gaji itu lebih murah lagi, margin berkisar dari 12 sampai 15% khusus di BPRS kita”

c. *Promotion/Promosi*

Berdasarkan wawancara yang penulis telah lakukan, BPRS Puduarta Insani memperkenalkan produknya dengan melakukan beberapa kegiatan promosi yaitu:

a) Sosialisasi

Pak Heri Ambri mengatakan “Kita melakukan edukasi melalui sosialisasi pertriwulan yaitu ke SMK Tunas Karya Batang Kuis, sosialisasi ke PDAM Tirtadeli Lubuk Pakam, sosialisasi di kampus UINSU dan UISU, menyebarkan brosur ke pasar malam *Skypark* di polonia, sebar brosur di pasar tembung, pusat pasar, Lalu kita juga melakukan *door to door* atau datang secara langsung kepada masyarakat daerah langkat untuk menawarkan produk nya”

b) Membuat konten di Sosial Media

Berdasarkan wawancara dengan pak Heri Ambri bahwasanya BPRS Puduarta insani mempromosikan produknya lewat media sosial seperti Facebook, Instagram, dan website resmi BPRS Puduarta Insani.

Pak Heri mengatakan “Kita punya sosial media seperti *facebook, instagram*, melalui media sosial itu kita membuat konten untuk mempromosikan tentang produk BPRS, lalu kita juga ada website BPRS yang bisa akses setiap saat

c) *Personal Selling*/Penjualan pribadi oleh pihak bank

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis, Selain melakukan promosi melalui sosial media, sosialisasi dan edukasi, BPRS Puduarta Insani Tembung juga melakukan promosi secara langsung yang dilakukan pegawai kepada nasabah. Di jeda waktu nasabah menunggu data pembiayaan, pegawai menawarkan produk pembiayaan yang lainnya kepada nasabah apakah tertarik atau tidak.

Pak Heri mengatakan “Kita menyediakan brosur di meja teller yang dapat dilihat sewaktu menunggu proses pendataan.

d. *Place*/Tempat

BPRS Puduarta Insani berada di tempat strategis yaitu dikelilingi oleh usaha UMKM, terletak di Jalan Besar Tembung No. 13 A yang dimana hanya ada BPRS Puduarta di daerah tersebut. Kemudian BPRS Memiliki cabang di Pancing yang berada di dalam Kampus UINSU dan mempunyai rumah singgah daerah Galang, Langkat, Stabat.

Pak Rikhi Rinanda mengatakan “Disini tempat kita sudah strategis, bisa dibidang berada ditengah pasar dan banyak ya berjajaran UMKM disini, bisa dilihat juga hanya kita yang ada BPRS di wilayah tembung ini. Kemudian kita tidak memasarkan disini saja, kita mempunyai cabang juga dipancing tepatnya di UINSU Pancing, kita juga buka rumah singgah di Lubuk Pakam, Galang, Langkat, Stabat, jadi itu seperti rumah tinggal khusus marketing untuk mempermudah marketing mempromosikan produk pembiayaan kita di daerah Langkat, Lubuk Pakam, Stabat sekitarnya. Jadi mereka lebih mudah mengunjungi UMKM daerah tersebut”

e. Strategi Differensiasi

Strategi diferensiasi yang dilakukan Bank yaitu BPRS Puduarta Insani melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah. BPRS Puduarta Insani telah memiliki *merk* tersendiri yaitu memiliki label syariah dimana menjalankan aturan berdasarkan amanah dan terpercaya sehingga masyarakat semakin percaya kepada BPRS dan juga sudah diawasi oleh OJK dan terdapat dewan pengawas syariah.

Pak Rikhi Rinanda mengatakan “Disini kita BPRS menjalankan kegiatan operasional sudah diawasi oleh OJK yang pasti aman dan amanah. Lalu dalam pembiayaan murabahah yaitu jual beli terjadinya tawar menawar atau negosiasi antara bank dengan nasabah agar sama-sama saling sepakat. Disini letak syariahnya yang tidak ada pada Bank konvensional. Hal tersebut yang menjadi perbedaan dengan Bank Umum konvensional dan BPR konvensional yang biasanya berdasarkan pada suku bunga.

f. Strategi *Positioning*

Berdasarkan wawancara dengan pak Heri Ambri bahwasanya salah satu strategi *positioning* yang dilakukan BPRS Puduarta Insani Tembung agar diingat nasabah yaitu dalam hal ini BPRS memberikan pelayanan yang cepat, dalam artian proses pembiayaan cepat dengan syarat yang tidak rumit, kejelasan dalam memberikan keputusan artinya dari mulai berkas lengkap itu bisa dicairkan 3-4 hari, paling lama kita cairkan itu 4 hari.

Selain itu dalam pembiayaan murabahah dapat diwakalahkan atau di wakilkkan kepada nasabah, jadi nasabah membeli barang sendiri kepada *developer* lalu menyerahkan kwitansi atau bon nya kepada bank yang selanjutnya akan di proses pembiayaannya. (Amri, 2024)

## 2. Metode Analisis SOAR

Metode analisis SOAR dipakai untuk menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan peluang yang dihadapi perusahaan dapat menciptakan aspirasi dan hasil yang diinginkan dimasa depan. Sebelum melakukan analisis SOAR, perlu dilakukan penyusunan terhadap IFAS (Faktor Strategi Internal) dan EFAS (Faktor Strategi Eksternal)

### a. Faktor Strategi Internal (IFAS)

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan Pak Rikhi selaku Direktur BPRS Puduarta Insani, terdapat beberapa elemen kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh pihak bank yaitu sebagai berikut:

- 1) Kekuatan
  - a) Memiliki margin termurah dikalangan BPRS lainnya
  - b) Proses pencairan pembiayaan mudah dan cepat
  - c) Persyaratan tidak rumit
  - d) Pembiayaan jelas dan tidak fiktif
  - e) Produk terjamin, sudah didukung dan diawasi oleh OJK
  - f) Pembagian keuntungan berdasarkan prinsip syariah
  - g) Tempat strategi
- 2) Peluang
  - a) Segmentasi pasar dan konsumen yang jelas
  - b) Bekerja sama dengan Instansi Pemerintah maupun swasta, kampus, sekolah
  - c) Jangkauan pasar yang luas
  - d) Berkolaborasi atau bersindikasi dengan BPRS lainnya untuk memenuhi kebutuhan nasabah

b. Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan Pak Rikhi selaku Direktur BPRS Puduarta Insani dan Pak Heri Ambri selaku Pegawai Marketing Pembiayaan, terdapat beberapa aspirasi dan hasil yang dimiliki oleh pihak bank yaitu sebagai berikut:

- 1) Aspirasi
  - a) Menjadi BPRS unggul, amanah dan terpercaya
  - b) Produk semakin berkembang dan dapat mengalahkan produk pesaing
  - c) BPRS Puduarta Insani semakin dikenal oleh masyarakat luas
  - d) Pembiayaan nasabah lancar dan tidak bermasalah
- 2) Hasil
  - a) Mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya setelah melakukan promosi
  - b) Bekerja sama dengan instansi pemerintah/perusahaan
  - c) Memperluas jangkauan pasar

Setelah mendapatkan elemen Faktor Strategi Internal (IFAS) dan elemen Faktor Strategi Eksternal (EFAS), selanjutnya disusun kedalam Matrik IFAS dan Matrik EFAS. Penyusunan matrik ini dilakukan dengan cara yaitu :

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan, peluang, aspirasi dan hasil yang dimiliki BPRS Puduarta Insani
- 2) Memberikan bobot dari masing-masing faktor dari skala 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting), dimana bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi skor total 1,0
- 3) Lalu menghitung rating untuk masing-masing faktor mulai dari 1 (tidak perlu) sampai dengan 4 (perlu)

Tabel 4. 2 Matriks IFAS

No	Kekuatan/Strength	Bobot	Rating	Skor
1	Memiliki margin termurah dikalangan BPRSlainnya	0,10	4	0,40
2	Proses pencairan pembiayaan mudah dan cepat	0,09	3	0,27
3	Persyaratan tidak rumit	0,07	3	0,21
4	Pembiayaan jelas dan tidak fiktif	0,10	4	0,40
5	Produk terjamin, sudah didukung dan diawasi oleh OJK	0,11	3	0,33
6	Pembagian keuntungan berdasarkan prinsip syariah	0,10	4	0,40
7	Tempat strategis	0,06	3	0,18
	<b>Subtotal</b>	<b>0,63</b>		<b>2,19</b>
No	Opportunitas/Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Segmentasi pasar dan konsumen yang jelas	0,10	3	0,30
2	Bekerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta, kampus,sekolah	0,08	3	0,24
3	Jangkauan pasar yang luas	0,10	4	0,40
4	Berkolaborasi atau bersindikasi dengan BPRS lainnya untuk memenuhi kebutuhan nasabah	0,09	3	0,27
	<b>Subtotal</b>	<b>0,37</b>		<b>1,21</b>
	<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,40</b>

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.2, subtotal skor pada faktor kekuatan adalah 2,19 sedangkan subtotal skor yang ada pada faktor peluang adalah 1,21, dengan total matriks IFAS 3,40. Hal tersebut menunjukkan pada matriks IFAS, nilai Kekuatan (*Strength*) lebih besar daripada nilai Peluang (*Opportunities*). Maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai Kekuatan (*Strength*).

Tabel 4. 3 Matriks EFAS

No	Aspirasi/ <i>Aspiration</i>	Bobot	Rating	Skor
1	Menjadi BPRS unggul, amanah dan terpercaya	0,16	4	0,64
2	Produk semakin berkembang dan dapat mengalahkan produk pesaing	0,14	3	0,42
3	BPRS Puduarta Insani semakin dikenal oleh masyarakat luas	0,14	4	0,56
4	Pembiayaan nasabah lancar dan tidak bermasalah	0,15	4	0,60
	<b>Subtotal</b>	<b>0,59</b>		<b>2,22</b>
No	Hasil/ <i>Result</i>	Bobot	Rating	Skor
1	Mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya setelah melakukan promosi	0,15	4	0,6
2	Bekerja sama dengan banyak instansi pemerintah/perusahaan	0,14	3	0,42
3	Memperluas jangkauan pasar	0,12	3	0,36
	<b>Subtotal</b>	<b>0,41</b>		<b>1,38</b>
	<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,60</b>

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2024

Pada tabel 4.3 subtotal skor faktor aspirasi adalah 2,22 sedangkan subtotal yang ada pada faktor hasil adalah 1,38, dengan total matriks EFAS 3,60. Hal tersebut menunjukkan pada matriks EFAS, nilai Aspirasi (*Aspiration*) lebih besar daripada nilai Hasil (*Result*). Maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai Aspirasi (*Aspiration*).

Pada matrik IFAS nilai yang terbesar adalah kekuatan (*Strength*) dan pada matriks EFAS nilai terbesar ada pada aspirasi (*Aspiration*). Dengan demikian, nilai yang dapat digunakan adalah nilai kekuatan (S) dan aspirasi (A) atau strategi SA.

Setelah mendapat seluruh informasi matriks IFAS dan EFAS selanjutnya dapat membuat matrik kombinasi strategi untuk melihat jumlah skor yang ada pada strategi SA, SR, OA, OR. Dengan menjumlahkan (ditambahkan) masing-masing elemen internal dan eksternal. Dapat dilihat pada tabel berikut ini:

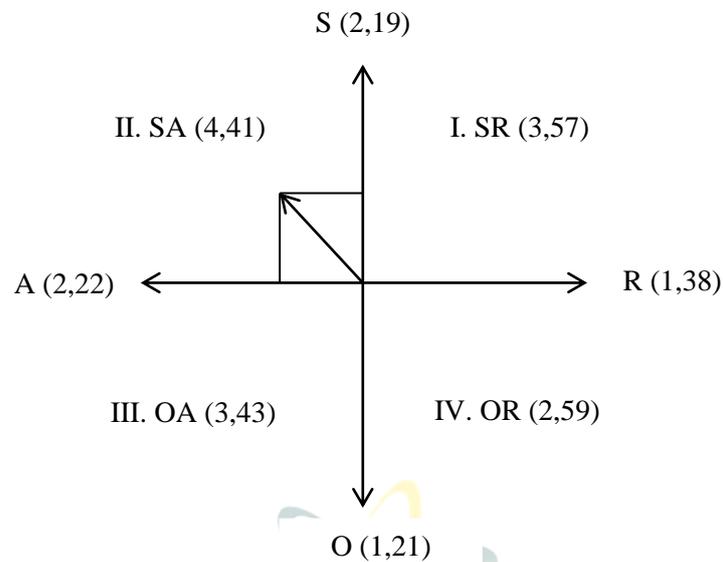
**Tabel 4. 4 Matrik Kombinasi strategi**

<b>IFAS</b>	<i>Strenght (S)</i>	<i>Opportunities (O)</i>
<b>EFAS</b>	Kekuatan	Peluang
<i>Aspirations (A)</i> Harapan	Strategi SA = 2,19+2,22 = <b>4,41</b>	Strategi OA = 1,21+2,22 = 3,43
<i>Results (R)</i> Hasil	Strategi SR = 2,19+1,38 =3,57	Strategi OR = 1,21+1,38 = 2,59

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan tabel 4.4 diatas, strategi SA memperoleh nilai terbesar yakni 4,41. Hal ini menunjukkan bahwa peluang strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh BPRS puduarta Insani Tembung adalah strategi SA dengan nilai 4,41. Diikuti dengan strategi SR yang menempati peringkat kedua dengan nilai 3,57. Selanjutnya peringkat ketiga ada pada strategi OA dengan nilai 3,43 dan terakhir strategi OR dengan nilai 2,59. Dengan demikian, strategi yang mempunyai nilai tertinggi adalah strategi SA dan strategi yang paling rendah adalah strategi OR.

Dari perolehan total skor matriks kombinasi yang ada pada tabel 4.4 diatas, maka penentuan posisi BPRS Puduarta Insani Tembung dapat digambarkan pada diagram kaertesius SOAR



**Gambar 4. 3 Diagram Kartesius SOAR**

Berdasarkan diagram SOAR diatas menunjukkan BPRS Puduarta Insani berada pada posisi Kuadran II yang merupakan strategi SA dengan perolehan nilai tertinggi yaitu 4,41. Artinya, saat ini strategi yang paling tepat diterapkan oleh BPRS Puduarta Insani dalam mendukung keuangan inklusif bagi sektor mikro adalah Strategi SA yaitu berorientasi pada kekuatan/*strength* untuk mencapai harapan/*aspiration*.

Selanjutnya disusun menggunakan matrik SOAR yang bertujuan agar dapat tergambar secara jelas strategi alternatif yang dapat dijalankan oleh BPRS Puduarta Insani

Tabel 4. 5 Matriks SOAR

<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><b>Strength (S)</b> <b>Kekuatan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki margin termurah dikalangan BPRS lainnya</li> <li>2. Proses pencairan pembiayaan mudah dan cepat</li> <li>3. Persyaratan tidak rumit</li> <li>4. Pembiayaan jelas dan tidak fiktif</li> <li>5. Produk terjamin, sudah didukung dan diawasi oleh OJK</li> <li>6. Pembagian keuntungan berdasarkan prinsip syariah</li> <li>7. Tempat strategis</li> </ol>	<p><b>Opportunities (O)</b> <b>Peluang</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Segmentasi pasar dan konsumen yang jelas</li> <li>2. Bekerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta, kampus, sekolah</li> <li>3. Jangkauan pasar yang luas</li> <li>4. Berkolaborasi atau bersindikasi dengan BPRS lainnya untuk memenuhi kebutuhan nasabah</li> </ol>
<p><b>Aspiration (A)</b> <b>Aspirasi</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadi BPRS unggul, amanah dan terpercaya</li> <li>2. Produk semakin berkembang dan dapat mengalahkan produk pesaing</li> <li>3. BPRS Puduarta Insani semakin dikenal oleh masyarakat luas</li> <li>4. Pembiayaan nasabah lancar dan tidak bermasalah</li> </ol>	<p><b>Strategi SA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu mempertahankan prinsip syariah dalam kegiatan usahanya agar menjadi BPRS unggul, amanah dan terpercaya (S6, A1)</li> <li>2. Memanfaatkan tempat strategis dengan cara meningkatkan promosi dengan membuat banner dan spanduk, sosialisasi dan edukasi ke masyarakat sekitar serta menyebarkan brosur agar BPRS lebih dikenal luas oleh masyarakat, minimal masyarakat daerah tambung mengetahui keberadaan BPRS Puduarta Insani (S7, A3)</li> </ol>	<p><b>Strategi SR</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan kerja sama yang telah terjalin dengan instansi pemerintah maupun swasta, kampus dan sekolah dengan berusaha menciptakan inovasi produk agar produk semakin berkembang dan dapat mengalahkan produk pesaing (O2, A2)</li> <li>2. Melakukan sindikasi dengan BPRS lainnya untuk memenuhi kebutuhan nasabah agar pembiayaan nasabah terpenuhi dan lancar sehingga tidak bermasalah (O4, A4)</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Mengoptimalkan kualitas produk yang dimiliki baik dari segi margin, proses pelayanan pembiayaan yang mudah dan cepat sehingga dapat mengalahkan produk pesaing (S1, S2, A2)</li> <li>4. Memaksimalkan keunggulan produk yang ada baik dari segi persyaratan yang tidak rumit, pencairan dana yang cepat dan produk sudah terjamin oleh OJK untuk memenuhi kepuasan nasabah sehingga pembiayaan tidak macet (S2, S3, S5, A4)</li> </ol>	
<p><b>Result (R) Hasil</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya setelah melakukan promosi</li> <li>2. Bekerja sama dengan banyak instansi pemerintah/perusahaan</li> <li>3. Memperluas jangkauan pasar</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi SR</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan tempat strategis untuk meningkatkan promosi penjualan produk sehingga mencapai hasil yang maksimal dengan mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya (S7, R1)</li> <li>2. Melakukan kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta serta kampus untuk memperluas jangkauan pasar dengan keuntungan berdasarkan prinsip syariah (R3, R2, S6)</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi OR</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan jangkauan pasar yang luas seperti melakukan promosi di rumah singgah BPRS Puduarta Insani daerah galang, lubuk pakam, langkat untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya (O3, R1)</li> <li>2. Memperluas lagi jangkauan pasar tidak hanya di daerah kota namun juga daerah terpencil agar dapat dikenal dan dijangkau oleh masyarakat dan dapat dilirik oleh perusahaan lain sehingga bisa melakukan kerja sama. (R3, O2)</li> </ol>

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui BPRS Puduarta Insani dapat menggunakan strategi SA yaitu BPRS dapat memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mencapai aspirasi yang diinginkan. Strategi SA yang diperoleh berdasarkan perhitungan penulis adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan prinsip syariah dalam kegiatan usahanya agar menjadi BPRS unggul amanah dan terpercaya
2. Memanfaatkan tempat strategis dengan cara meningkatkan promosi dengan membuat banner dan spanduk, sosialisasi dan edukasi ke masyarakat sekitar serta menyebarkan brosur agar BPRS Puduarta Insani Tembung lebih dikenal luas oleh masyarakat
3. Mengoptimalkan kualitas produk yang dimiliki baik dari segi margin, proses pelayanan pembiayaan yang mudah dan cepat sehingga dapat mengalahkan produk pesaing
4. Memaksimalkan keunggulan produk yang ada baik dari segi persyaratan yang tidak rumit, pencairan dana yang cepat dan produk sudah terjamin oleh OJK untuk memenuhi kepuasan nasabah sehingga pembiayaan tidak macet