

ANALISIS MODEL PENGEMBANGAN BPRS AL WASHLIYAH MEDAN DALAM PENINGKATAN NASABAH

Ridho Ahdian Nugraha¹⁾ Sarwo Edi²⁾

¹⁾Perbankan Syariah, UMSU

Jl. Kapten Muchtar Basri No.3 Medan, Sumatera Utara 20238 Indonesia

e-mail : ahdianugraha@gmail.com

²⁾Perbankan Syariah, STAI Jaya

Jl. Kita Bersama Km. 8, Jakarta 10101 Indonesia

e-mail : kitajaya_terus@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the suitable development model of BPRS Al Washliyah and to know whether there is an increment of customers at BPRS Al Washliyah is well. The researcher found the problem in this research namely the development of sharia bank is not maximally yet, the development model at BPRS cannot increase the customers nasabah, the increment of the customer cannot be achieve well. The kind of research used is the qualitative research. A qualitative reseach is a research that use words or verbals. Based on the research result it can be conclude the development of BPRS at PT. BPRS Al Washliyah Medan is not run according to procedure determined by the company an based on sharia system. PT. BPRS Al Washliyah in developing its model use newest innovation and technology. Sharia development model applied by PT. BPRS Al Washliyah Medan is aimed to development the customers. Many customers that after follows the sharia development model at PT. BPRS Al Washliyah Medan experience business development. One of syariah development model at PT. BPRS Al Washliyah Medan is a sharia based soft credit. The development of customers' business in Medan is not maximal yet by using sharia principle. Most of customers still use bank with conventional system.

Keywords: Development Model

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui model pengembangan BPRS yang cocok di BPRS Al Washliyah dan untuk mengetahui apakah peningkatan usaha nasabah di BPRS Al Washliyah sudah baik. Penulis menemukan masalah pada penelitian ini yakni pengembangan bank perkreditan rakyat syariah belum maksimal, model pengembangan BPRS belum dapat meningkatkan usaha nasabah, peningkatan usaha nasabah belum tercapai dengan baik. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata atau yang berwujud pernyataan-pernyataan verbal dalam bentuk kata-kata. Hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa model pengembangan BPRS pada PT. BPRS Al Washliyah Medan dijalankan sesuai prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan sesuai dengan sistem syariah. PT. BPRS Al Washliyah dalam mengembangkan modelnya menggunakan inovasi dan teknologi yang terbaru. Model pengembangan syariah yang diterapkan pada PT. BPRS Al Washliyah Medan bertujuan untuk mengembangkan usaha nasabah. Banyak nasabah setelah mengikuti model pengembangan syariah pada PT. BPRS Al Washliyah Medan mengalami peningkatan usaha. Salah satu model pengembangan syariah pada PT. BPRS Al Washliyah Medan bantuan pinjaman lunak berbasis syariah. Perkembangan usaha nasabah di kota Medan

masih belum maksimal dengan menggunakan prinsip syariah. Sebagian besar nasabah masih menggunakan bank dengan sistem konvensional.

Kata Kunci : Model Pengembangan

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dalam satu dekade terakhir ini sangat pesat. Hal ini terlihat dari semakin tumbuh dan berkembangnya industri perbankan Islam di tanah air, dan semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat. Masyarakat sangat merindukan munculnya berbagai institusi ekonomi yang dapat mewujudkan keadilan ekonomi guna mempersempit kesenjangan sosial. Salah satu kegiatan ekonomi yang dibenahi tersebut adalah kegiatan perbankan karena perbankan merupakan kegiatan yang penting dalam menunjang kegiatan pembangunan nasional. Masyarakat harus memiliki informasi yang lebih baik, sehingga sadar akan pilihan. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Pemilihan kontrak bagi muslim ditentukan oleh minimal dua faktor penentu, yaitu ekspektasi keuntungan yang diharapkan (tinggi) dan sesuai dengan syariah.

Akhir tahun 2010, pertumbuhan perbankan syariah mencapai 47,6% dari tahun sebelumnya. Ini lebih baik dari pertumbuhan bank konvensional yang hanya 18,7% sepanjang tahun 2010. Sepanjang periode 2000 – 2010, pertumbuhan rata-rata perbankan syariah mencapai 50% per tahun. Dengan pertumbuhan yang tinggi ini, sampai dengan akhir Desember 2010, pangsa pasar Bank Syariah sudah mencapai 3%, naik dari 0,2% pada akhir 2000 dan 1,4% pada akhir 2005.

Salah satu ketentuan dalam UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah kewajiban bagi Bank Umum Konvensional (BUK) untuk melakukan spin-off atas UUS yang dimilikinya dan dikonversi menjadi BUS. Semua bank pada tahun 2023 akan berbentuk BUS, sangat logis kalau proses UUS menjadi BUS dilakukan sebaik mungkin (painless, effective, biaya rendah). Dan ini berarti proses transformasi harus dimulai seawal mungkin. (tamanni.blogspot.com tentang Mosaic Ekonomi Syariah Indonesia pada 18 Mei 2012).

Deputi Gubernur Bank Indonesia Halim Alamsyah menyebutkan beberapa skenario untuk meningkatkan pertumbuhan kinerja Perbankan Syariah pada 2012 sekaligus menembus empat persen dari total aset perbankan nasional. Halim Alamsyah menyebutkan, saat ini aset perbankan syariah di Indonesia mencapai 130 triliun atau sebesar 3,78 persen dari total aset perbankan nasional dengan total pertumbuhan aset sebesar 48 persen dibandingkan periode sama 2010. Optimistis Bank Indonesia terhadap pertumbuhan perbankan syariah salah satunya adanya bank-bank syariah yang baru berdiri dan dibentuk pada 2011 ini, ia mencontohkan BCA Syariah, Panin Syariah dan Bank Victoria. Kehadiran bank itu akan mendongkrak kinerja perbankan syariah pada 2012. (Yahoo News tentang BI Siapkan Strategi Perbankan Syariah untuk 2012, 2011).

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah memperoleh laba. Pada perusahaan bank syariah laba bisa diperoleh dari fasilitas pembiayaan yang diberikan bank kepada masyarakat

dengan sistem bagi hasil. Pengganti sistem bunga adalah bagi hasil yang mengacu, pada konsep mudharabah dan musyarakah (Muhammad, 2004:95).

Bank syariah beroperasi atas dasar prinsip-prinsip pokok yang meliputi prinsip titipan atau simpanan (*depository/wadi'ah*), sistem bagi hasil (*profit sharing*), sistem jual beli dengan margin keuntungan (*sale and purchase*), sistem sewa (*operational lease and financial lease*) dan sistem jasa (*fee-based serviced*). (Perwataatmaja dan Antonio, 1993:88; Antonio, 2001:83) Berdasarkan *penjabaran di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul "Analisis Model Pengembangan BRPS Al Washliyah dalam Peningkatan Usaha Nasabah"*.

KONSEP TEORITIS

Bank Syariah

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka dual-banking system atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional. *Musaqah* diambil dari kata *al-asaqa*, yaitu seseorang yang bekerja pada pohon tamar, anggur (mengurusnya), atau pohon-pohon lain yang mendatangkan kemashlahatan dan mendapat bagian tertentu dari hasil yang diurus dari hasil imbalan. (Hendi suhendi, 2010: 146).

Model Pengembangan Syariah

Lembaga keuangan dewasa ini menjadi instrumen penting di hampir seluruh Sistem ekonomi dunia. Bunga yang telah menjadi kewajiban bahkan menjadi ciri khas perekonomian modern. Bunga telah menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat ekonomi untuk dinikmati dan dimanfaatkan dalam proses pengaturan keuangan dan kegiatan bisnis.

Lembaga keuangan sebagai lembaga perantara, didesain sedemikian rupa untuk mengolah bunga supaya dapat merangsang investasi. Fenomena ini telah menjadi ciri dan alat dari kehidupan bisnis dan keuangan dalam rangka menggiatkan perdagangan, industry dan aktivitas ekonomi lainnya diseluruh dunia.

Di Indonesia, sebagai negara yang mayoritas penduduknya Islam maka diharapkan munculnya lembaga keuangan yang Islami yaitu mengembangkan Sistem Lembaga Keuangan Syari'ah secara lebih baik lagi. Pada dasarnya, Lembaga Keuangan Syari'ah merupakan Sistem yang sesuai dengan ajaran agama Islam tentang larangan riba dan *gharar*. Gagasan ekonomi Islam dimaksudkan sebagai alternatif terhadap ekonomi kapitalis dan sosialis yang bukan saja tidak sejalan dengan ajaran Islam, tetapi juga gagal memecahkan problem ekonomi untuk dunia ketiga.

Sistem ekonomi Islam diharapkan mampu mencegah terjadinya ketidakadilan dalam penerimaan dan pembagian sumber-sumber materi agar dapat memberikan kepuasan pada semua manusia dan memungkinkan mereka menjalankan kewajiban kepada Allah dan masyarakat.

Usaha Nasabah

a. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro kecil adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha kecil yaitu:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
3. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
4. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Kajian Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pendukung penelitian ini, maka di bawah ini peneliti tampilkan penelitian-penelitian terdahulu yaitu:

Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Kesimpulan
Prihatin Lumbanraja	Pembiayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kerajinan Menjahit dan Bordir di Kecamatan Medan Areaa Kota	Hasil penelitian yaitu kegiatan pengabdian masyarakat dalam kesempatan kali ini dirasakan cukup singkat. Masih banyak rencana kegiatan yang belum terealisasi secara efektif. Sebagai contoh, tim pengabdian masih

	Medan.	<p>memerlukan waktu yang lebih lama agar evaluasi kemajuan mitra dirasakan lebih baik lagi. Dengan demikian, sangat disarankan untuk mengevaluasi kembali kebijakan lama waktu pengabdian yang diberikan. Banyak sekali usaha UMKM yang memerlukan kegiatan-kegiatan pengabdian yang dilakukan seperti pada usaha Bordir ini. Secara umum mereka memerlukan pengetahuan manajemen secara mendasar agar dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini perlu dilestarikan, khususnya dalam aspek pembangunan kompetensi UMKM yang merupakan pemberi sumbangan terbesar dalam pembangunan Indonesia melalui sumbangan pendapatan domestik bruto usaha.</p>
Amin Dwi Ananda	<p>Pembiayaan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang.</p>	<p>Hasil penelitian yaitu setelah menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pembiayaan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang” serta melakukan analisis terhadap hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, Kota Malang sudah memiliki banyak potensi di 15 sektor industri kreatif , dari semua sektor tersebut tiap sektor memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berbeda. Selain itu, banyak permasalahan di tiap sektor seperti permasalahan Sumber Daya Manusia (SDM) seperti pada sektor kuliner, kerajinan, fashion, dan permainan interaktif. Pada faktor Kelembagaan, seperti pada sektor kuliner, musik, pada faktor Infrastruktur dan teknologi seperti pada sektor kerajinan, permainan interaktif. Dan faktor pemasaran seperti sektor kuliner, kerajinan, fashion, musik maka perlu adanya sinergi untuk</p>

		bekerjasama antara semua sektor industri kreatif baik dengan pemerintah maupun dengan swasta. Hasilnya yaitu kuliner berada pada pada kuadran 1, kerajinan pada kuadran 1, fashion pada kuadran 1, musik pada kuadran 4 dan game interaktif pada kuadran 3.
Feni Dwi Anggraeni	Pembiayaan Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang.	Hasil penelitian yaitu pengembangan secara internal dari kelompok usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang dalam meningkatkan potensi serta kemajuan usahanya dilakukan dengan beberapa cara, antara lain: a) Pengadaan permodalan, mayoritas pengusaha emping jagung memulai usahanya menggunakan modal dengan tabungan sendiri. b) Inovasi hasil produksi, untuk menarik daya minat masyarakat sebagai konsumen pengusaha emping jagung telah melakukan inovasi terhadap hasil produksinya dengan memberikan berbagai macam rasa dalam produk emping jagung agar masyarakat tidak bosan dan dapat memilih sesuai selera. Inovasi ini terbukti lebih meningkatkan daya tarik masyarakat dibandingkan produk sebelumnya yang hanya memiliki rasa original saja. c) Perluasan jaringan pemasaran, pengusaha emping jagung telah menggunakan internet sebagai sarana dalam memasarkan hasil produksinya berbekal pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang serta memasarkan memasarkan ke supermarket, Pusat Oleh-oleh Kota Malang, dan beberapa toko yang dimilikinya. Dari situlah jaringan pemasaran semakin meluas hingga ke kota-kota lainnya.

Kerangka Pemikiran

Perkembangan Bank dan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia mengalami peningkatan baik dari segi kuantitas maupun jenisnya. Perbankan syariah yang mulai

beroperasi di Indonesia pada tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat dan disusul dengan Asuransi Syariah Takaful yang didirikan pada tahun 1994. Kedua lembaga keuangan syariah tersebut bisa dikatakan menjadi pionir tumbuhnya bisnis syariah di Indonesia. Pada awal berdirinya, bukan hal yang mudah untuk memperkenalkan bisnis syariah di Indonesia walaupun mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Mulai dari istilah yang cukup sulit dihafalkan, sampai dengan konsep operasional yang dirasakan berbelit-belit.

Saat itu, bisnis syariah harus bersaing dengan lembaga keuangan konvensional yang lebih besar serta memiliki konsep operasional yang lebih sederhana dan masyarakat telah memahami dengan baik. Masyarakat telah sangat familiar dengan istilah bunga, kredit dan terminologi lain yang sangat melekat dibenak mereka. Belum lagi penguasaan pasar yang lebih kuat membuat para pionir tersebut sempat ragu dengan kelangsungan bisnis berbasis syariah ini. Namun, krisis moneter tahun 1997 telah membawa hikmah yang besar bagi perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia. Pada saat bank-bank konvensional lainnya sekarat, Bank muamalat dan bisnis syariah lainnya membuktikan bahwa sistem perekonomian berbasis bunga akan menimbulkan ketergantungan dan kesengsaraan jangka panjang. Lembaga keuangan syariah yang tidak tergantung dengan peran bunga akhirnya selamat dari krisis dan bahkan sekarang menjadi sebuah potensi kekuatan yang suatu saat akan mampu membuktikan bahwa sistem ekonomi Islam memberikan kesejahteraan dan keadilan.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian merupakan flowchart penelitian mulai dari pengumpulan data sampai kepada analisis data. (Supardi, 2013: 111).

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata atau yang berwujud pernyataan-pernyataan verbal dalam bentuk kata-kata. Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif analisis. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan atau memotret situasi yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam.

Penelitian deskriptif secara garis besar merupakan kegiatan yang hendak membuat gambaran suatu peristiwa atau gejala secara sistematis. Faktual dengan penyusunan yang akurat. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, actual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang dimiliki.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit melakukan sistesa, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan akan dipelajari, membuat kesimpulan, mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Tujuan dari analisis data adalah untuk mendeskripsikan sebuah data sehingga bisa di pahami, dan juga untuk membuat kesimpulan atau menarik kesimpulan berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti.

Analisis data kualitatif adalah kebalikan dari analisis data kuantitatif. Penelitian kualitatif biasa digunakan untuk pendekatan penelitian historis, penelitian kepuastakaan,

penelitian eksploratif dan penelitian-penelitian lain yang tidak memerlukan analisis terhadap angka-angka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah model pengembangan syariah yang dilakukan oleh PT. BPRS Al Washliyah pada produk-produknya yaitu dengan menggunakan segmenting, targeting, dan positioning. Yang mana dengan menggunakan perumusan model pengembangan syariah tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah. Berikut uraian mengenai strategi tersebut:

1. Segmenting

Tujuan perusahaan melakukan segmenting adalah untuk memetakan calon konsumen mereka sehingga mereka mengetahui latar belakang konsumen mereka.

Segmenting pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur pasar. Proses memilih nasabah berdasarkan keinginan, kekuatan, dan daya beli. Dengan segmentation seorang sales akan lebih mudah memasarkan produk sesuai kebutuhan nasabahnya.

2. Targeting

Dengan melakukan targeting perusahaan dapat menetapkan rencana ke depan mereka dalam melakukan penjualan.

Targeting adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar. Bagaimana menyeleksi pasar sangat ditentukan oleh bagaimana perusahaan melihat pasar itu sendiri. Dengan demikian pasar yang dilihat oleh dua orang yang berbeda, yang didekati oleh metode segmentasi yang berbeda pula. Oleh karena itu penting dipahami struktur-struktur atau kelompok-kelompok yang ada dipasar.

3. Positioning

Perusahaan melakukan positioning untuk mengetahui posisi mereka di tengah-tengah pasar. Positioning pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen. Positioning biasanya tidak menjadi masalah dan tidak dianggap penting selama barang-barang yang tersedia dalam suatu masyarakat tidak begitu banyak, dan persaingan belum menjadi suatu yang penting. Positioning baru akan menjadi penting bilamana persaingan sudah sangat sengit.

Penetapan model pengembangan syariah produk PT. BPRS Al Washliyah Medan sebagai berikut:

a. Menetapkan Target Pasar

Tugas pertama dan terdepan dalam mengembangkan sebuah model pengembangan syariah adalah menetapkan pasar sasaran. Proses ini dimulai dengan sigmentasi pasar. Sigmentasi pasar adalah sesuatu cara untuk membedakan pasar menurut golongan pembeli, kebutuhan pemakai, motif, perilaku, dan kebiasaan pembelian, cara penggunaan produk dan tujuan pembelian produk tersebut. Dengan segmentasi pasar, sumber daya terbatas dapat digunakan secara optimal untuk menghasilkan produk yang dapat memenuhi permintaan pasar, dapat mengalokasikannya kepada potensial yang paling menguntungkan, dan dapat menentukan cara-cara promosi yang efektif.

Segmentasi pasar yang dipilih oleh PT. BPRS Al Washliyah Medan untuk memasarkan produknya adalah sebagai berikut:

1. Melihat potensi profesi

Bahwa profesi yang layak dibiayai adalah pedagang, karena putaran cash flownya yang cepat.

2.Melihat potensi wilayah

Bahwa masing-masing wilayah kecamatan di Medan punya potensi ekonomi yang beda, PT. BPRS Al Washliyah Medan hanya menysasar ke wilayah yang potensi ekonominya baik.

3.Potensi pasar

Masing-masing pasar di wilayah kecamatan Medan berbeda-beda, PT. BPRS Al Washliyah Medan hanya market kepasar yang potensi ekonominya bagus.

b. Memilih Bauran Pemasaran

Proses pemasaran adalah proses tentang bagaimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumen agar para konsumen tersebut menjadi tahu, senang lalu membeli produk yang ditawarkannya dan akhirnya konsumen menjadi puas sehingga mereka akan selalu membeli produk perusahaan itu. Bagaimana cara pengusaha itu agar dapat mempengaruhi konsumennya merupakan hal yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan kongkrit dan terprogram. Untuk keperluan tersebut pengusaha dapat melakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 4 macam yaitu tindakan mengenai:

1. Strategi Produk (*Product*)

Agar strategi produk kita dapat lebih efektif dalam rangka mempengaruhi konsumen untuk tertarik dan membeli dan kemudian mereka menjadi puas maka kita harus mempelajari beberapa hal tentang strategi ini yaitu:

a. Konsep Produk

Konsep produk merupakan suatu pengertian atau pandangan konsumen terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan konsep produk dilakukan secara syariah.

b. Siklus Kehidupan Produk

Setiap produk sebenarnya akan memiliki siklus perputaran terhadap kehidupannya. Setiap produk itu sebenarnya dapat kita ikuti perkembangan hidupnya seperti manusia. Adapun tahap-tahap perkembangan hidup suatu produk dapat kita ikuti sebagai berikut: tahap yang paling awal dari masa hidupnya suatu produk dimulai dari suatu tahap yang disebut sebagai tahap perkenalan atau introduction.

Pada masa ini produk tersebut baru diperkenalkan oleh pengusaha kepada masyarakat.Tahap berikutnya adalah tahap pertumbuhan, di mana pada tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap perkenalan yang berhasil. Setelah banyak anggota masyarakat yang mengenal akan produk itu, maka diharapkan masyarakat akan menyenangi produk tersebut dan apabila hal ini terjadi maka produk tersebut akan berada pada tahap pertumbuhan. Tahap berikutnya lagi adalah menginjak pada tahap kedewasaan. Tahap ini menunjukkan adanya masa kejenuhan di mana masyarakat atau konsumen sudah jenuh sehingga akan menjadi sukar untuk meningkatkan penjualan produk tersebut. Tahap yang terakhir adalah tahap penurunan. Dalam tahap ini masyarakat sudah tidak lagi menyenangi produk tersebut sehingga penjualan akan segera merosot tajam.

Pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan siklus kehidupan produk bertujuan agar terjadi pembaruan produk. Artinya produk yang lama diganti dengan produk yang baru.

c. Jenis-jenis Produk

Agar kita dapat memasarkan suatu produk dengan baik maka kita perlu mengetahui secara mendalam tentang produk tersebut termasuk dalam jenis yang mana, karena masing-masing jenis produk akan memerlukan penanganan yang berbeda dalam memasarkan produk tersebut agar berhasil. PT. BPRS Al-Washliyah Medan berusaha memperbanyak jenis-jenis produk sehingga lebih bervariasi.

Ini akan membuat konsumen melirik produk yang dijual oleh perusahaan. Penerapan model pengembangan syariah produk yang dimiliki PT. BPRS Al Washliyah Medan adalah produk yang ditawarkan bebas dari unsur riba. Selain itu ada beberapa produk yang ditawarkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan nasabahnya seperti SIMKU (simpanan kurban) yang diperuntukan untuk nasabah yang ingin menabung untuk simpanan hewan kurban dan SIRELA (simpanan suka rela) yang diperuntukan bagi nasabah yang ingin dapat menambah dan mengambil simpanannya setiap saat (jam kerja).

2. Strategi Harga (*Price*)

Pengusaha perlu memikirkan tentang penetapan harga jual produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli barang tersebut.

Penetapan strategi harga dalam pemasaran produk di PT. BPRS Al Washliyah Medan yaitu dengan pembukaan rekening yang relative terjangkau oleh masyarakat. Dengan setoran awal Rp. 10.000,- untuk SIRELA (simpanan suka rela) setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,- dan setoran awal Rp. 2.000,- (wadiah).

3. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Promosi merupakan kegiatan yang diajukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS Al Washliyah Medan kepada mereka menjadi senang lalu menggunakan produk tersebut. Dalam menghadapi persaingan PT. BPRS Al Washliyah Medan dalam memasarkan produk-produknya sebagai berikut:

a. Periklanan (*advertising*)

Iklan atau advertising adalah setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui. Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini memungkinkan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas. Berikut ini ada beberapa media periklanan yang

digunakan oleh PT. BPRS Al Washliyah Medan dalam memasarkan produk-produknya, antara lain:

1. Media Luar Ruang (*out door*)

Berupa pemasangan spanduk, menyebar brosur, pembiayaan melalui hadiah berupa tas dan payung, mengadakan mari berbagi sedekah bersama setiap hari jumat yaitu paket donasi berupa uang atau nasi kotak untuk sarapan saudara kita yang membutuhkan Rp. 10.000,-/ paket, dll. Akan tetapi PT. BPRS Al Washliyah Medan hanya menggunakan spanduk yang dipasang didepan dan didalam PT. BPRS Al Washliyah Medan saja, sedangkan brosur yang disebar kepada masyarakat kurang banyak dan tidak merata. Bentuk brosur harus didesain semenarik mungkin yaitu dari grafis, kata-kata yang mudah dimengerti, dan tata warna. Isi brosur tersebut memuat tentang beberapa produk yang dimiliki PT. BPRS Al Washliyah Medan, dan lengkap beserta syarat dan ketentuannya.

2. Media Elektronik

Terdiri dari radio, *Electronik Mail*, dan internet. Dalam strateginya PT. BPRS Al Washliyah belum menggunakan media elektronik karena belum mempunyai sistem yang memadai dan SDM yang masih rendah penyebabnya.

b. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkannya. Cara ini dilakukan dengan cara membuat berita tentang produk atau perusahaan yang menghasilkan produk tersebut di massa media, misalnya saja berita di surat kabar, berita di radio atau televisi maupun majalah tertentu dan sebagainya. Kegiatan publisitas yang dilakukan oleh PT. BPRS Al Washliyah Medan adalah pada saat RAT atau rapat anggota tahunan mengadakan pengajian bersama.

c. Penjualan Pribadi (*personal selling*)

Penjualan pribadi adalah melakukan pendekatan secara personal kepada calon nasabah potensial atau melakukan kontak langsung dengan calon konsumennya dengan tujuan melaksanakan pembelian. Dengan kontak langsung diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara sales dengan calon konsumennya.

Model pengembangan syariah yang dilakukan oleh PT. BPRS Al Washliyah Medan melalui *personal selling* (penjualan pribadi) antara lain melalui kegiatan sosial yakni mengikuti atau berpartisipasi dalam kegiatan sosial, atau keagamaan. Serta silaturahmi ke berbagai tempat seperti sekolah, pondok pesantren, majelis taklim, dan lembaga-lembaga pendidikan baik formal maupun non formal dalam rangka memperkenalkan PT. BPRS Al Washliyah Medan serta produk-produk yang ditawarkan.

Selain menggunakan acuan yang terdapat dalam marketing mix, seorang marketing mempunyai strategi tersendiri dalam pemasaran produk di PT. BPRS Al Washliyah Medan, diantaranya adalah:

a. Pendekatan Emosional

Marketing biasanya mencari nasabah baru atau meningkatkan produktifitas nasabah lama. Hal ini biasanya dilakukan seperti sering mengajak komunikasi nasabah atau calon nasabah, atau dengan pemberian sesuatu yang bisa menimbulkan simpati dari nasabah.

b. Pengoptimalan CS (*Customer Service*)

Sikap pegawai diharuskan mempunyai sikap yang baik kepada nasabah, serta memiliki pengetahuan yang cukup sehingga dapat memberikan penjelasan yang dibutuhkan oleh nasabah.

1. Promosi Berantai

Strategi ini digunakan marketing pada nasabah lama yaitu dengan mengajak saudara, tetangga, atau teman dari nasabah.

2. *Repeat Order*

Penawaran kembali kepada nasabah lama yang memiliki pembiayaan dan sudah lunas, dimana didalam memenuhi kewajibannya nasabah itu tidak ada indikasi macet dalam jatuh temponya.

3. Menjalin kerjasama dengan pihak lain

PT. BPRS Al Washliyah Medan menjalin kerjasama dengan pihak-pihak tertentu untuk lebih melayani nasabah. Kerjasama dilakukan dengan profesional sehingga akan memudahkan PT. BPRS Al Washliyah Medan mempromosikan produknya serta bisa menambah nasabah yang lebih banyak lagi.

4. Strategi Distribusi (*Placement*)

Pengusaha haruslah menyebarkan barang-barangnya ke tempat konsumen berada. Hal ini merupakan tugas untuk mendistribusikan barangnya kepada konsumen. Untuk keperluan tersebut pengusaha dapat menggunakan berbagai bentuk saluran distribusi yang mungkin dilakukannya.

Untuk mempermudah pelanggan memperoleh akses pelayanan PT. BPRS Al Washliyah Medan dimana kantor pusat berada didekat pasar. Karena pasar merupakan transaksi terbesar. Lokasi PT. BPRS Al Washliyah Medan yang strategis menjadikan kenyamanan bagi anggota untuk melakukan transaksi di PT. BPRS Al Washliyah Medan. Dengan layanan jemput bola maupun menjangkau pasar yang jauh sekalipun nasabah tidak usah datang ke PT. BPRS Al Washliyah Medan atau kerumah-rumah yang jauh dari jangkauan sehingga yang jauh dari lokasi dapat memanfaatkan layanan tersebut.

Pada dasarnya, model pengembangan syariah yang diterapkan pada PT. BPRS Al Washliyah Medan bertujuan untuk mengembangkan usaha nasabah. Banyak nasabah setelah mengikuti model pengembangan syariah pada PT. BPRS Al Washliyah Medan mengalami peningkatan usaha.

Kendala-kendala yang dihadapi model pengembangan syariah produk di PT. BPRS Al Washliyah Medan:

1. Kendala dari Luar

- a. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang sistem perbankan syariah. Hal ini bisa menjadi penghambat dalam memasarkan produk PT. BPRS Al Washliyah Medan yang berlandaskan syariah. Sehingga hal ini menjadi tantangan

- tersendiri bagi seluruh karyawan PT. BPRS Al Washliyah Medan untuk memberikan pemahaman tentang produk-produk PT. BPRS Al Washliyah Medan.
- b. Lokasi anggota pembiayaan yang tempat tinggalnya jauh dan jalannya naik turun, hal ini bisa membuat karyawan yang melakukan survei merasa kurang sejahtera karena lokasi yang jauh. Jadi, PT. BPRS Al Washliyah Medan memberikan uang akomodasi kepada karyawan untuk menunjang kelancaran operasionalnya.
 - c. Permintaan nasabah yang di inginkan bermacam-macam akan suatu produk menjadi kendala tersendiri. Padahal pelayanan yang diberikan menjadi penilaian tersendiri akan kepuasan nasabah.
 - d. Ada beberapa nasabah yang bermasalah dan tidak hanya bermasalah disatu tempat, tetapi ditempat lain juga bermasalah. Upaya untuk menghadapi masalah tersebut dari masing-masing BPRS untuk melakukan koordinasi dalam rangka mempersempit gerak nasabah yang bermasalah.
2. Kendala dari Dalam
- a. Bidang Administrasi
 - 1) Syarat-syarat untuk mengajukan pembiayaan misalnya seperti mengisi aplikasi permohonan ada yang tidak diisi lengkap. Jadi, karyawan PT. BPRS Al Washliyah Medan harus teliti dalam memeriksanya terutama karyawan bagian administrasi.
 - 2) Karyawan PT. BPRS Al Washliyah Medan harus teliti terhadap uang palsu yang digunakan untuk menabung atau biasanya ada anggota atau bukan anggota yang ingin menukar uang. Hal ini dikarena di PT. BPRS Al Washliyah Medan belum ada alat sensor uang.
 - b. Bidang SDM
 - 1) Aspek-aspek syariah dalam suatu produk kurang dimengerti oleh sebagian marketing dan kurang menawarkan produk-produk.
 - 2) Karyawan PT. BPRS Al Washliyah Medan yang tidak dari lulusan perbankan syariah.
 - 3) Marketing menargetkan target yang ditentukan oleh PT. BPRS Al Washliyah Medan disisi lain harus memperdulikan produk yang dipasarkan harus menjadi keinginan atau kebutuhan nasabahnya.

Berdasarkan wawancara dengan Irmayani seornag staf keuangan perusahaan dia mengatakan bahwa BRPS Al-Washliyah Medan melibatkan karyawan yang saling berkoordinasi dalam menjalankan sistem pemasaran. Tujuan marketing syariah adalah untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Beliau mengatakan manfaat marketing syariah adalah untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan setiap tahunnya sehingga dapat bersaing dengan perusahaan yang sejenis. Dikatakan bahwa kendala yagn ditemukan adalah kurangnya pemahaman marketing syariah pada masyarakat umum sehingga ada sebagian masyarakat tidak mendukung model pengembangan syariah. Selain itu manfaat marketing syariah dalam dalam pengembangan usaha nasabah pada BRPS Al-Washliyah Medan sudah terbukti dengan banyaknya nasabah yang mengalami perkembangan yang pesat dalam bisnis mereka.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Model pengembangan BPRS pada PT. BPRS Al Washliyah Medan dijalankan sesuai prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan sesuai dengan sistem syariah. PT. BPRS Al Washliyah dalam mengembangkan modelnya menggunakan inovasi dan teknologi yang terbaru.
2. Model pengembangan syariah yang diterapkan pada PT. BPRS Al Washliyah Medan bertujuan untuk mengembangkan usaha nasabah. Banyak nasabah setelah mengikuti model pengembangan syariah pada PT. BPRS Al Washliyah Medan mengalami peningkatan usaha. Salah satu model pengembangan syariah pada PT. BPRS Al Washliyah Medan bantuan pinjaman lunak berbasis syariah.
3. Perkembangan usaha nasabah di kota Medan masih belum maksimal dengan menggunakan prinsip syariah. Sebagian besar nasabah masih menggunakan bank dengan sistem konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, *Corporate Governance: Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.
- Arifin, Z., *Pengaruh Corporate Governance terhadap Reaksi Harga dan Volume Perdagangan pada Saat Pengumuman Earnings*. Simposium Nasional Akuntansi VI 16-17 Oktober 2003: Surabaya: 2013
- Azuar, Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2014)
- Bank Indonesia, *Kodifikasi Peraturan Manajemen Good Corporate Governance*, Pusat Riset dan Edukasi Bank Sentral Press, 2013.
- Daniri, Achmad, *Good Corporate Governance: Konsep dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia*, Jakarta: Ray Indonesia, 2006.
- Hadi, Nor, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Hasil wawancara dengan Sekretaris DPS Bank Jateng (Fitriani Rahma) pada tanggal 29 Januari 2016.
- Komite Nasional Kebijakan Governance, *Pedoman Good Corporate Governace Indonesia*, Jakarta: KNKG, 2006.
- Kurniawan, Ova, *Meningkatkan Implementasi Good Corporate Governance PT PLN” Project Assignment Report*. Jakarta: PT PLN Persero, 2012.
- Macmud, Amir dan Rukmana, *Bank Syariah: Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2010.

Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002).

Pasal 1 Undang-undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 15/14/PBI/2013 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/10/PBI/2009 Tentang Unit Usaha Syariah

Rustam, Bambang Rianto, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012).

Tangkilisan, Hessel N., *Manajemen Publik*, Jakarta: Gramedia, 2003.