

**STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH DI PT BPRS MITRA CAHAYA INDONESIA NGAGLIK SLEMAN**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana I

Disusun Oleh:

**Miss Nurma Wae-useng
Nim 11240111**

Pembimbing

**H. Okrisal Eka putra, LC.MA
NIP : 19731016 200012 1001**

JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281
E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1866/2013

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

**STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH DI PT. BPRS MITRA CAHAYA INDONESIA
NGANGGLIK SLEMAN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Miss Nurma Wae-useng

Nim/Jurusan : 11240111/MD

Telah dimunaqasyahkan pada: Rabu 13 November 2013

Nilai Munaqasyah : (84,60) B+

Dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUKA.

TIM MUNAQASYAH


Ketua Sidang/Penguji I,


H. Okrisal Eka Putra, LC.MA
NIP 19731016 200012 1 001

Penguji II,



Drs. M. Rosyid Ridlo, M.Si
NIP 1970104 199303 1 003

Penguji III,


Maryono, S.Ag, M.Pd.
NIP 19741025 199803 2 001

Yogyakarta, 23 November 2013

Dekan


Dr. H. Waryono, M.Ag



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp.(0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr. wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama	: Miss Nurma Wae-useng
NIM	: 11240111
Judul Skripsi	: Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Ngaglik Sleman Yogyakarta.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Sosial Islam

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr. wb

Yogyakarta, 28 Oktober 2013

Pembimbing

H. Okrisal Eka Putra, LC.AM
NIP : 19731016 200012 1001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Assalamu 'laikun Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Miss Nurma Wae-useng

Nim : 11240111

Jurusan : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *foot note* atau daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini , maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 28 Oktober 2013

Yang menyatakan,



Miss Nurma Wae-useng
NIM : 11240111

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan buat:

1. Almamaterku Fakultas Dakwah dan Komunikasi, jurusan Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menjadi kebanggaanku.
2. Kedua Ibu Bapak yang tidak kenal lelah dalam mendidik, mengasuhku dewasa dan membiayai masa studiku.
3. Kakak-kakakku dan adikku.
4. Calon Suami yang kucinta.
5. Seluruh kerabat keluargaku.
6. Seluruh warga kampung pekalan sakna Patani.
7. Teman-teman seperjuangan dalam menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Teman-teman PMIPTI Angkatan 2011, 2012, dan adik 2013.
9. Para tokoh-tokoh agama Islam Patani.

MOTTO

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

(Q.S.Al-Baqarah : 275)

“ Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebaikan, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” .

(Q.S.Ali Imran : 104)

“Dan tolong menolonglah kalian pada kebaikan dan takwa dan jangan Ia kalian tolong-menolong pada dosa dan permusuhan...”.

(Q.S.Almaidah : 2)

KATA PENGANTAR

Assalamu'laikum Wr.Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayah sehingga kita tetap dalam keadaan iman dan Islam. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw, para sahabat yang senantiasa istiqamah di jalan-Nya. Berkat rahmat dan pertolongan Allah SWT, penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT. BPRS Mitra cahaya Indonesia.”

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Agama Islam pada program SI Jurusan Manajemen Dakwah dan Komunikasi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta.

Penyusun menyadari bahwa penyusun skripsi ini dapat terselesaikan atas motivasi, bimbingan dan bantuan baik bersifat moril maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak prof, Dr. Waryono selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN sunan kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Siti Fatimah selaku Kepala Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak H.Okrisal Eka Putri , LC.MA selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan petunjuk dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini
4. Bapak Indrayono, SE, selaku Direktur PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia serta staf-staf yang lain yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk belajar dan telah banyak memberikan waktu dan informasi kepada penulis selama mengadakan penelitian.
5. Kedua orangtuaku yang senantiasa sabar, dan semua keluarga terima kasih atas semua perhatian, dukungan dan bantuanya, semoga kita semua mendapatkan rahmat dan hidayah dari Alloh SWT.
6. Semua teman-teman jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2011, lebih-lebih lagi Miss Ni'asuenah Che-awae yang selalu memberikan masukan dan kerjasamanya.
7. Teman-teman seperjuanganku yang datang bersama dari tanah air yang ku cinta yaitu Patani selatan Thailand dari angkatan 2010- 2012 dan adik-adik dari angkatan 2013 di Jogjakarta.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan atas segala amal Ibadat baik mereka yang telah membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan baiklah di segi bahasa dan tatacara susunan, oleh karena itu dengan senang hati penulis mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik. Akhirnya, penulis berharap semoga karya tulis yang sangat sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 28 Oktober 2013

Penulis

(Miss Nurma Wae-useng)

NIM 11240111

ABSTRAK

Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta. skripsi Yogyakarta Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah. Penelitian ini Bertugas Untuk Mendeskripsikan dan Menganalisis secara kritis tentang Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia. PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta merupakan perbankan Islam yang belum lama beroperasi sehingga perlu Strategi Untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bersaing dalam pasar perbankan, untuk mengetahui dalam meningkatkan jumlah nasabah, untuk mengetahui keunggulan bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah dan untuk mengetahui Analisis SWOT di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia.

Metode pengumpulan data dengan observasi. Observasi yang digunakan adalah merupakan pengamatan yang disengaja dan dilakukan secara sistematis, didukung dengan pencatatan terhadap gejala-gejala yang berhasil diamati. Dan dokumentasi berupa buku, jurnal atau tulisan yang mendukung penelitian ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah diskripsi kualitatif yaitu menggambarkan dan menggunakan data-data yang telah terkumpul.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan oleh PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah adalah dengan menaikkan nilai rata-rata bagi hasil pada tabungan giro, dan deposito, menurunkan nilai rata-rata margin pembiayaan dan meningkatkan intensitas promosi, Masih banyak kekurangan dalam pelayanan, produk, teknologi, maupun promosi. Oleh karena itu perlu pembenaan atas strategi-strategi yang sudah ada dengan inovasi baru yang akan menjadi keunggulan baru bagi PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Kajian Pustaka	8
G. Kerangka Teori	9
H. Metode Penelitian	22
I. Sistematika Pembahasan	34
BAB II : GAMBARAN UMUM PT. BPRS MITRA CAHAYA INDONESIA SLEMAN YOGYAKARTA	
A. Tata Letak dan Geografi	35
B. Sejarah Berdiri dan Proses Perkembangan	35
1. Sejarah PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia	35
2. Visi, Misi dan Tujuan	36
3. Landasan Hukum PT.BPRS Mitra Cahaya Indonesia	37

4. Ciri-ciri PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia.....	38
C. Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia.....	39
1. Kelembagaan.....	41
2. Tugas dan Wewenang.....	42
D. Jumlah Nasabah Di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia.....	49
 BAB II : STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT. BPRS MITRA CAHAYA INDONESIA SLEMAN YOGYAKARTA	
A. Perkembangan Jumlah Nasabah Di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia.....	51
B. Tingkat Persaing Menurut Beberapa Pendapat.....	56
1. Pendapat Nasabah Di PT. BPRS MCI.....	57
2. Pendapat Persaing Di PT. BPRS MCI.....	61
C. Strategi Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	59
D. Proses Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	73
 BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	83
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 Persyaratan Strategi Generik.....	22
Tabel 2 Risiko Strategi Generik.....	23
Tabel 3 Ciri-ciri Strategi Bersaing Generik	25
Tabel 4 Jumlah Nasabah Di PT. BPRS MCI Periode 2011.....	49
Tabel 5 Jumlah Nasabah Di PT. BPRS MCI Periode 2013	50
Tabel 6 Perkembangan Jumlah Nasabah Di PT. BPRS MCI Periode 2011	52
Tabel 7 Perkembangan Jumlah Nasabah Di PT. BPRS MCI Periode 2013	54
Tabel 8 Matriks SWOT Keunggulan Bersaing.....	80

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
Tabel 1 Struktur Organisasi PT. BPRS MCI Sleman Yogyakarta	40
Tabel 2 Grafik Perkembangan Jumlah Nasabah PT. BPRS MCI Sleman Yogyakarta Periode 2011	53
Tabel 3 Grafik Perkembangan Jumlah Nasabah PT. BPRS MCI Sleman Yogyakarta Periode 2011	54
Tabel 4 Proses Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Nasabah	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penelitian ini berjudul : “Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia”. Untuk menghindari kesalahan persepsi dan pembiasaan makna terhadap penelitian ini maka perlu ditegaskan maksud masing-masing bagian penting dari judul tersebut :

1. Strategi Keunggulan Bersaing

Strategi yaitu rencana berskala besar, bertujuan kemasa depan untuk berinteraksi dengan kondisi persaingan demi mencapai tujuan perusahaan.¹ Strategi yaitu program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksana misi.² Keunggulan bersaing adalah kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan diantara perusahaan lain.³

¹ Jonh A.Pearce , *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta : Penerbit Salemba Empat), hlm .6.

² T.Hani Handoko, *Manajemen*, hlm. 86.

³ David Hunger dan Thomas Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta : ANDI,2003), hlm. 245.

Berdasarkan pernyataan di atas bisa peneliti simpulkan pengertian strategi Keunggulan bersaing yaitu rumusan perencanaan komprehensif yang digunakan untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari perusahaan lain.

2. Nasabah

Nasabah adalah objek yang dapat memberikan keuntungan bank.⁴ Berdasarkan pernyataan diatas bisa penyusun simpulkan upaya meningkatkan jumlah nasabah yaitu usaha untuk memperbanyak jumlah orang atau objek yang bias memberikan keuntungan bagi bagi bank.

3. PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia

PT BPRS Syariah Mitra Cahaya Indonesia (BPRS MCI) merupakan perusahaan di bidang perbankan yang berdasarkan prinsip syariah, yang didirikan pada tanggal 11 Januari 2008 berkedudukan dikabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam menjalankan usahanya BPRS Mitra Cahaya Indonesia ditangani oleh SDM yang Privinsional, amanah dan mempunyai komitmen tinggi dalam memajukan perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Islam.

Berdasarkan penegasan bagian-bagian dari judul tersebut maka bisa disimpulkan pengertian dari judul penelitian “Strategi Keunggulan

⁴ Eni Khusiyawati, *Strategi Pemasaran BMT Mitra Usaha Tani*, (STIS Yogyakarta : Skripsi tidak diterbitkan, 2001), hlm.50-50.

Bersaing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia”. yaitu rumusan perencanaan komprehensif yang digunakan untuk menentukan keunggulan PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia dari perbankan syariah lain untuk memperbanyak jumlah orang yang bisa memberikan keunggulan bagi perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama perekonomian berdasarkan syariah bagi Islam.

B. Latar Belakang Masalah

Bank adalah suatu lembaga yang mendapat izin untuk menggerakkan dana masyarakat berupa pinjaman sehingga sebagai perantara nasabah penyimpan dana dan pemakai akhir.⁵ Adapun perkembangan perbankan syariah saat ini meningkat, padahal sejak zaman Rasulullah S.A.W sudah menggunakan lembaga keuangan yang berpedoman atau berprinsip syariah.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, banyak berdiri lembaga atau perusahaan bahkan atas nama individu yang menjalankan bisnis jasa. Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak pilihan bagi konsumen. Bagi perusahaan yang tidak begitu mempertahankan kualitas pelayanannya maka segera akan ditinggalkan pelanggan.

⁵ Edy Wibowo dan Untung Hendi, “*Mengapa Memilih Bank Syariah*”. (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 2.

Begitu pula yang terjadi pada perkembangan PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia . Anggota semakin mempunyai banyak pilihan untuk memmanfaatkan jasa BPRS. Apabila strategi keunggulan bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam suatu BPRS dirasakan menuaskan dan menarik oleh anggota, maka secara tidak langsung anggota akan berpaling dan pindah pada badan usaha yang lain.

PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia berdiri dengan gagasan fleksibilitas dalam menjangkau masyarakat kalangan bawah, yaitu lembaga ekonomi rakyat kecil. PT.BPRS Mitra Cahaya Indonesia berupa mengembangkan Usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkat kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah yang berdasarkan pada prinsip syariah.

PT.BPRS Mitra Cahaya Indonesia juga sebagai lembaga perekonomian dapat menjadi mitra bagi perusahaan, badan-badan pemerintah, swasta maupun perorangan dalam memenuhi kebutuhannya. Jadi wajar jika setiap kejadian yang menimpa perekonomian pada suatu negara maka berpengaruh terhadap perekonomian nasional, sehingga untuk memperbaiki keadaan perekonomian.

Melalui kegiatan-kegiatan dan berbagai jasa yang diberikan, PT.BPRS Mitra Cahaya Indonesia juga melayani kebutuhan masyarakat serta melancarkan mekanisme sistem peminjaman bagi setiap anggota masyarakat. Oleh karena itulah strategi keunggulan bersaing untuk meningkat jumlah nasabah sangat diperlukan, agar masyarakat lebih

mengenal PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia ini, sepanjang tidak bertentangan dengan dasar-dasar etika BPRS.

Dengan kehadiran PT.BPRS Mitra Cahaya Indonesia di desa dan kota, paling tidak sendi-sendi ekonomi lokal seperti pertanian, peternakan, perdagangan, kerajinan rakyat, dan sector-sektor informal lainnya berkembang lebih baik. Berbagai usaha kecil yang sudah mati diharapkan hidup lagi.

Meski demikian harus jujur kita akui bahwa realitas dinamika tumbuh dan berkembangnya PT.BPRS Mitra Cahaya Indonesia dilapangan tidak selalu bagus dan berjalan mulus sesuai dengan harapan dan tujuan, bahkan ada BPRS yang kemudian tumbang, gagal rugi yang kemudian mati dan tidak berfungsi lagi.

Dalam Bank Syariah atau lembaga keuangan syariah ada dua siklus atau istilah yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana. Penghimpunan dana di bank umum syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito dengan menggunakan prinsip *wadiah*, prinsip *mudharabah* , dan akad pelengkap misalnya *wakalah*. Sedangkan penyaluran dana dalam bank syariah atau lembaga keuangan syariah dalam bentuk pembiayaan.

Perbankan Syariah lain juga aktif dalam kegiatan promo. Berbagai penawaran dikemaskan dan disajikan dengan menarik sehingga mampu menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi pada lembaga. Ada tawaran bagi hasil yang kompetitif disertai kemudahan dalam bertransaksi.

Promosi juga menarik sehingga mudah diingat oleh masyarakat dari semua umur.

Berdasar Sistem yang dijalankan di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia adalah dengan konsep bagi hasil. Konsep tersebut sesuai syariah sebab kegiatan seluruh perbankan syariah diatur berdasarkan fatwa Dewan Pengawas Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DPSNMUI) yang mengatur jenis kegiatan yang dilakukan oleh PT BPRS Mutra Cahaya Indonesia hanya yang halal dan bukan untuk usaha yang haram.⁶

Berangkat dari kegelisahan terhadap pemasalahan tersebut maka penyusun tertarik untuk meneliti strategi keunggulan bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi di atas, maka masalah yang hendak diangkat dalam penelitian ini adalah : Bagaimana PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia menciptakan keunggulan bersaing dalam untuk meningkatkan jumlah nasabah ?

⁶ [http// www..ekonomi Syariah. Org](http://www..ekonomi Syariah. Org) akses pada 9 April 2013 pukul 11.00 WIB.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan penting yaitu :

1. Untuk mengetahui Strategi bersaing PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia dalam pasar perbankan.
2. Untuk mengetahui PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia dalam meningkatkan jumlah nasabah.
3. Untuk mengetahui keunggulan bersaing PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia dalam untuk meningkatkan jumlah nasabah.
4. Untuk mengetahui Analisis SWOT di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak manfaat yang di harapkan adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Keunggulan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai bahan informasi dan pengetahuan yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi Jurusan Manajemen Dakwah terutama tentang Strategi peningkatan jumlah nasabah di lembaga keuangan Islam. Hal ini bisa dijadikan tolok ukur Jurusan Manajemen Dakwah untuk meningkatkan jumlah mahasiswa untuk waktu yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan Praktis dari penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam mewujudkan perekonomian yang berdasarkan Syariah.

F. Kajian Pustaka

Pada penelitian ini wilayah kajian pustaka terdiri atas landasan teori, kerangka teoritik dan landasan normative. Landasan teori berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan materi yang diteliti dan berguna sebagai acuan, kerangka teori sebagai pedoman dalam merumuskan pertanyaan wawancara dan landasan normative untuk membatasi ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini.

Berdasarkan pencermatan penyusun, sudah ada yang meneliti tentang lembaga keuangan Islam, namun belum ada penelitian tentang Strategi Keunggulan bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia .

Adapun penelitian tentang perbankan Islam menurut pengamatan penyusun adalah penelitian yang dilakukan oleh : Swastati Estu Sari Waras Tuti yaitu mahasiswa Universitas Islam Negeri Yogyakarta dalam karya ilmiah berjudul “ Strategi Keunggulan Bersaing BNI Syariah Kota

Yogyakarta Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di tinjau dengan analisis SWOT.⁷ Ika Okta Wulansari yaitu mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dalam karya ilmiah berjudul “ Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Fajar Mulia Cabang Bandung” Penelitian ini mengkaji tentang Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di tinjau dengan analisis SWOT.⁸

Belum ada tindak lanjut dari penelitian tersebut sehingga kejelasan hasil analisis yang telah dilakukan belum banyak dimanfaatkan. Oleh karena itu penyusun merasa strategi keunggulan bersaing PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia dalam untuk meningkatkan jumlah nasabah sangat menarik dan layak diteliti.

G. Kerangka Teori

Kerangka teori yang penyusun gunakan dalam ini adalah tinjauan umum tentang :

⁷ Swastasi Estu Sari Waras Tuti, *Strategi Keunggulan Bersaing BNI Syariah Kota Yogyakarta Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah*, Skripsi, (tidak diterbitkan), (Yogyakarta : Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008).

⁸ Ika Okta Wulansari, *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Fajar Mulia Cabang Bandung*, Skripsi, (tidak diterbitkan), (Semarang : Fakultas Syariah Walisogo Semarang, 2012).

1. Pengertian Strategi Keunggulan Bersaing

a. Pengertian Strategi

Defenisi strategi menurut Chandler yang menyatakan bahwa “Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya ”

Menurut Porter yang menatakan bahwa : “ Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing”.

Menurut Stephanie K.Marrus yang menyatakan bahwa : “ Strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusun suatu cara atau untuk bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai ”.

Menurut Hamel dan Prahalad yang menyatakan bahwa : “ Startegi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandangan tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan . Dengan demikian, Strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perusahaan pola

konsumen memerlukan kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan”.⁹

Berdasarkan di atas bisa penyusun simpulkan pengertian strategi yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu kesatuan keputusan yang di rumuskan berdasarkan tinjauan terhadap faktor internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia.

b. Tingkatan Strategi

Menurut Husien Umar yang menyatakan bahwa : “ Strategi sebuah kesatuan atas tingkatan-tingkatan berdasarkan ruang lingkup strategi itu sendiri. Strategi yang dimaksud adalah strategi bersaing generik yang akan dijabarkan menjadi strategi utama induk yang kemudian akan dijabarkan menjadi strategi fungsional”.¹⁰

Dalam Manajemen Strategik, perusahaan pada umumnya mempunyai tiga level atau tiga tingkatan strategi, yaitu :

1) Strategi Korporasi

Strategi ini berusaha mengeksploitasi kompetensi khusus perusahaannya dengan mengadopsi pendekatan portofolio terhadap manajemen bisnisnya dan mengembangkan

⁹ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategi*, hlm. 16-17.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 31-32.

rencana jangka panjang, umumnya untuk periode tiga sampai lima tahun.¹¹

2) Strategi Unit Bisnis

Strategi ini biasa dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industrinya atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis yang diimplementasikan biasanya merupakan salah satu strategi overall cost leadership, atau diferensiasi.

3) Strategi Fungsional

Strategi ini menekankan terutama pada pemaksimalan sumber daya produktivitas. Dalam batasan oleh perusahaan dan strategi bisnis yang berada di sekitar mereka, departemen fungsional seperti fungsi-fungsi pemasaran, SDM, Keuangan, Produk-Operasi mengembangkan strategi untuk mengumpulkan bersama-sama berbagai aktivitas dan kompetensi mereka guna meningkatkan kinerja perusahaan.¹²

Menurut David Hunger dan Thomas Wheelen yang menyatakan bahwa : “ Strategi terdiri atas strategi korporasi menggambarkan arah perusahaan terhadap arah pertumbuhan

¹¹ Pearce Robinson, *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendali*, hlm.8.

¹² Husein Umar, *Desai Penelitian Manajemen Strategi*, hlm.17-18.

dan manajemen berbagai bisnis dan ini untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa, strategi bisnis bersaing menggambarkan segmen pasar yang dilayani divisi tersebut, dikembangkan pada level divisi, dan menekankan pada perbaikan posisi bersaing produk barang atau jasa perusahaan dalam industry khusus, strategi fungsional menekankan pada pemaksimalan sumber daya produktivitas perusahaan dan strategi bisnis di sekitar mereka.”¹³

c. Manfaat Strategi

Dengan pendekatan manajemen strategi, manajer pada semua tingkatan perusahaan berinteraksi dalam perencanaan dan implementasinya, sebagai akibatnya, konsekuensi perilaku manajemen strategis serupa dengan pengambilan keputusan partisipatif. Oleh karena itu penelitian yang akurat mengenai dampak dari formulasi strategi terhadap kinerja organisasi tidak hanya memerlukan kriteria evaluasi keuangan, tetapi juga nonkeuangan pengukuran dampak berbasis perilaku. Faktanya, mendorong konsekuensi perilaku yang positif memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan keuangan. Namun, tanpa memerlukan profitabilitas dari manajemen strategi, beberapa dampak perilaku dari manajemen strategi meningkatkan kesejahteraan perusahaan :

¹³ David Hunger dan Thomas Whelen, hlm.24-26.

- 1) Aktivitas formulasi strategi memperkuat kemampuan perusahaan untuk mencegah timbulnya masalah. Manajer yang mendorong bawahnaya untuk memerhatikan perencanaan akan terbantu dalam mengawasi dan memprediksi tanggung jawab oleh bawah yang mengetahui perlunya perencana strategis.
- 2) Keputusan strategi berbasis kelompok kemungkinan besar akan diambil dari alternative terbaik yang tersedia. Proses manajemen strategis menghasilkan keputusan yang lebih baik karena interaksi kelompok menghasilkan variasi strategi yang lebih banyak dan prediksi yang didasarkan pada sudut pandang khusus dari anggota-anggota kelompok meningkatkan proses penyaringan pilihan.
- 3) Keterlibatan karyawan dalam formulasi strategi meningkatkan pemahaman mereka mengenai hubungan antara produktifitas dengan imbalan pada setiap rencana strategis, sehingga hal ini akan meningkatkan motivasi mereka.
- 4) Kesenjangan dan tumpang tindih aktivitas antara individu dan kelompok akan berkurang karena partisipasi dalam formulasi strategi mengklarifikasi perbedaan peran.
- 5) Resistensi terhadap perubahan akan berkurang. Meskipun peserta dalam formolasi strategi mungkin tidak akan lebih senang dengan keputusan yang mereka ambil sendiri dibandingkan keputusan yang mereka ambil sendiri dibandingkan keputusan

yang diambil secara otoriter, kesadaran lebih besar terhadap parameter yang membatasi pilih yang tersedia ini membuat mereka lebih mungkin menerima keputusan tersebut.¹⁴

Berdasarkan pernyataan diatas bisa penyusun simpulkan manfaat strategi adalah bisa membantu pemecahan masalah dengan mempertimbangkan segala risiko dan usaha pencapaian tujuan.

d. Manajemen Strategi

Menurut Fred David yang mengemukakan bahwa : “ Manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk memformulasikan mengimplementasikan keputusan lintas fungsi yang memungkinkan perusahaan mencapai tujuan.”¹⁵ Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan untuk jangka panjang”¹⁶

Berdasarkan pernyataan diatas bisa penyusun simpulkan Yng dimaksud manajemen strategi adalah seranhkaian keputusan dan tindakan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan jangka panjang.

¹⁴ Peace Robinsan, *Manajemen Strategis ,Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*.

¹⁵ Fred David, *Strategic Manajemen*, hlm. 4.

¹⁶ David Hunger dan Thomas,hlm.4.

e. Proses Manajemen Strategi

Menurut David Hunger dan Thomas Wheelen yang menyatakan bahwa : “ Proses manajemen strategi meliputi empat elemen dasar yaitu pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, evaluasi dan pengendalian sosial.”¹⁷

f. Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*)

Penyusun akan menguraikan beberapa teori tentang pesaing dan keunggulan bersaing yang dikemukakan tokoh terkenal. Hal ini penyusun rasa penting sebab pesaing saling berhubung. Adapun teori-teori tersebut antara lain :

1) Pengertian Pesaing (*Competitor*)

Pesaing adalah merupakan suatu perjuangan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kumpetitif, tanpa menimbulkan ancaman atau berturan fisik di pihak awalnya.¹⁸

Menurut Body, Walker dan larrech dalam buku manajemen Pemasaran menyatakan bahwa : “Pesaing adalah

¹⁷ *Ibid*, hlm. 9.

¹⁸ [Http. www. Google/pengertian defenisi.com/akses](http://www.Google/pengertian-defenisi.com/akses) pada 04 April 2013 pukul 11.30

struktur industry, sepak terjang berbagai kekuatan pesaing yang mempengaruhi kemampuan labaan suatu industry”.¹⁹

Menurut David Cravens dalam buku Pemasaran Strategis menyatakan bahwa :“Pemasaran memberikan pemahaman pada kemampu labaan, posisi pasar, kepemimpinan harga dalam industry, teknologi industry, produk pasar, pangsa pasar yang bisa diandalkan bahkan pada tingkat segmen agar usaha lebih berhasil jika hanya ditunjukkan pada konsumen tertentu saja”.²⁰

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas maka bisa disusun simpulkan bahwa pengertian pesaing yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha sejenis sama dalam sisitem pelayanan, kepemimpinan harga di pasar, produk, pangsa pasar, jangkauan bersaing luas, jumlah nasabah.

2) Pengertian Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*)

Menurut Crown Dirgntoro dalam buku Strategi yang menyatakan bahwa : Keunggulan bersaing adalah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya.

¹⁹ Body, Walker dan Larreche, *Manajemen Pemasaran; Suatu pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, hlm. 790.

²⁰ David Craven, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta : Phelindo, 2002), hlm. 256.

Menurut Agustinus sri wahyadi Memberikan pengertian bahwa keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industry.²¹

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas bisa peneliti simpulkan pengertian dari keunggulan bersaing yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu usaha untuk meningkatkan daya saing PT.BPRS Mitra Cahaya Indonesia sehingga mampu membuat berbeda dari perbankan lain.

3) Strategi Bersaing Generik

Menurut Michael Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum . Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya perunit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk yang menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang tidak terlalu peduli dengan perubahan harga.

²¹ <http://www.Psychology mania.com>.akses pada 1 April 2013 pukul 13.00WIB.

Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.²²

Berdasarkan Pernyataan diatas bisa penyusun simpulkan bahwa : Strategi bersaing yang dimaksudn dalam penelitian ini adalah keunggulan biaya, doferensi dan focus. Adapun pengertian dari strategi bersaing tersebut adalah :

a) Keunggulan Biaya

Keunggulan biaya merupakan strategi yang paling jelas dari ketiga strategi generik. Dengan konsep ini perusahaan bersiap menjadi produsen berbiaya rendah di dalam industrinya. Sumber keunggulan biaya bervariasi dan bergantung pada struktur industry. Produsen berbiaya rendah harus menemukan dan mengeksploitasi semua sumber keunggulan biaya. Adabila perusahaan dapat mencapai dan mempertahankan keseluruhan keunggulan biaya, maka perusahaan akan menjadi perusahaan berkinerja tinggi di dalam industrinya asalkan perusahaan dapat menguasai harga pada industri.²³

b) Diferensiasi

Diferensiasi merupakan upaya untuk membuat produk kita berbeda atau diferensi dengan produknya orang lain. Produk kita

²² David Fred R.2004, *Strategi Manajemen.concents*,Ninth Edition, PT Indeks Gramedia.

²³ [Http.www. goolgel.Manajemen Strategi. Wordpree.com](http://www.goolgel.ManajemenStrategi.Wordpree.com).Strategi Bersaing. Akses pada 6 April 2013 pukul 08.00 WIB.

harus memiliki kelebihan atau keistimewaan tersendiri yang akan menjadi daya tarik atau magnet terhadap konsumen.²⁴

Menurut David Hunger dan Thomas Wheelen yang menyatakan bahwa : Diferensi merupakan strategi aktif untuk mendapatkan hasil di atas rata-rata dalam sebuah bisnis tertentu karena loyalitas mereka akan membuat sensitifitas konsumen terhadap harga menjadi lebih mungkin untuk menumbulkan peningkatan pengsa pasar.²⁵

Berdasarkan pernyataan untuk Mitra Cahaya Indonesia memberikan sesuatu yang berbeda dan berharga bagi nasabah. Tujuan diferensi adalah untuk menghindarkan PT BPRS Mitrdari pesai Cahaya Indonesia dari pesaing harga yang murah karena keunikan yang dimiliki.

c) Fokus

Fokus merupakan strategi kombinasi antara keunggulan biaya dan diferensiasi yang diarahkan pada segmen pasar tertentu. Tujuan fokus adalah memaksimalkan pelayanan pada suatu sasaran. Adapun tokoh yang mengemukakan teori tentang strategi fokus antara lain:

²⁴ H.Indriyo Gitosudarmo, M.com. (Hons) Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Yogyakarta, *Manajemen Strategis Edisi pertama* ,hlm.93.

²⁵ David Hunger dan Thomas Wheen, hlm. 248.

Strategi ini merupakan perusahaan memusatkan usahanya untuk melayani pasar sebagai kecil segmen pasar dan tidak melayani pasar secara luas. Usaha ini dilakukan dengan mengenali secara detail pasar yang dituju dan menerapkan keunggulan biaya menyeluruh atau diferensiasi pada segmen kecil tersebut.²⁶

Strategi ini merupakan sesuatu strategi yang mencoba untuk menitik berat atau memfocukan pada daerah pasar target konsumen yang tertentu dan terbatas serta biasanya sempit. Tidak seperti pada dua strategi yang terdahulu yang ditujukan bagi sasaran pasar yang cukup luas. Strategi fokus ini sering disebut sebagai strategi terkonsentrasi yang berusaha untuk mengkonsentrasikan diri guna melayani segmen pasar yang sempit dan terbatas. Segmen yang sempit ini pada umumnya adalah mereka yang eksklusif dan dengan status sosial yang tinggi akan tetapi dapat pula konsentrasi pada segmen yang terbatas dan rendah.²⁷

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas bisa penyusun simpulkan pengertian fokus yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu usaha PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta untuk melayani segmen tertentu secara efisien.

²⁶ <http://www.goolgel.Manajemen Strategi.Wordprees.com>. Strategi Bersaing .akses pada 6 April 2013 pukul 08.00 WIB.

²⁷ H.Indriyo Gitosudarmo,M.Com.(Hons)Dosen fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta,*Manajemen Strategis Edisi Pertama* hlm.94.

4) Syarat dan Risiko Strategi Bersiang Generik

Dalam menerapkan strategi generik, perlu mempertimbangkan beberapa hal yang menjadi persyaratan tersebut harus dipertimbangkan dengan baik agar hasilnya benar-benar optimal.

Untuk menjadikan suatu perusahaan unggul diperlukan strategi bersaing yang baik. Strategi tersebut harus memenuhi criteria persyaratan yang telah ditentukan sebelumnya. Syarat strategi bersaing tersebut tergambar dalam table berikut

Tabal 1
Persyaratan Strategi Generik

Strategi Generik	Ketrampilan dan Sumber Daya umum yang diperlukan	Persyaratan Organisasi umum
1.Keunggulan biaya menyeluruh	<ul style="list-style-type: none">• Investasi modal yang terus• Ketrampilan perekayaan proses• Sumpervisi tenaga kerja yang ketat• Produk didesai untuk kemudahan dalam produksi• Sistem distribusi yang berbiaya rendah	<ul style="list-style-type: none">• Pengendalian biaya yang ketat• Laporan yang sering dan pengendalian yang terinci dan sering• Intensif berdasarkan target kualitatif yang ketat
2.Deferensiasi	<ul style="list-style-type: none">• Kemampuan Pemasaran yang	<ul style="list-style-type: none">• Koordinasi yang kuat antara fungsi-fungsi

	<p>ketat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bakat yang Kreatif • Perekayasaan Produk • Kemampuan yang Kuat dalam riset pasar • Reputasi korporat untuk memimpin mutu dan teknologi • Tradisi yang lama dalam industry atau gabungan yang unik dari ketrampilan yang diambil dari usaha-usaha yang lain 	<p>dalam riset pengembangan produk, pasar dan pemasaran</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengukuran yang intensif dan subjektif dari tolok ukur kuantitatif • Suku untuk menarik tenaga kerja yang berketampilan tinggi, ilmunan atau orang kreatif
3. Fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Gabungan dari kebijakan kebijakan diatas yang diarahkan pada target strategi khusus 	<ul style="list-style-type: none"> • Gabungan dari kebijakan diatas diarah pada target strategi leguler

Tabel 2

Risiko Strtegi Generik

Risiko Keunggulan Biaya	Risiko Diferensi	Risiko Fokus
<p>Keuangan biaya tidak bertahan lama</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesaing meniru • Teknologi berubah • Bisnis lain untuk keunggulan biaya runtuh 	<p>Diferensiasi tidak bertahan lama</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesaing meniru <p>Basis untuk diferensiasi menjadi kurang penting bagi pembeli</p>	<p>Strategi fokus ditiru segmen sasaran menjadi tidak menarik secara structural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Struktur rusak • Permintaan menghilang

Kedekatan dalam diferebsiasi hilang	Kedekatan biaya hilang	Pesaing bersasaran luas menguasai segmen <ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan segmen dengan segmen lain menyepit • Keunggulan iniluas meningkat
Penganut strategi focus mencapai biaya yang lebih rendah dalam segmen	Penganut strategi focus diferensiasi mencapai diferensiasi yang bahkan lebih besar dalam segmen	Penganut baru strategi focus menggarap sub segmen dalam industry

Dalam realitas, Perusahaan menerapkan lebih dari satu bahkan semua strategi generic. Perusahaan yang menerapkan lebih dari satu bahkan semua strategi generic, tetapi gagal mencapai sesuatupun dikatakan terperangkap di tengah. Perusahaan yang seperti itu berat pada posisi yang tidak menguntungkan, menguntungkan karena pemimpin biaya, Diferensiator, atau penganut strategi focus akan memiliki posisi yang lebih baik untuk bersaing dalam segmen manapun. Terperangkap ditengah sering merupakan manifestasi dari ketidak bersediaan perusahaan untuk membuat pilihan secara tegas mengenai carabersaing. Perusahaan mengusahaan keunggulan bersaing melalui segala cara dan tidak mencapai satupun karena pencapaian jenis keunggulan bersaing yang berbeda biasanya memerlukan tindakan yang berbeda pula.²⁸

²⁸ Purnomo, Setiawan Hari dan Zulkiflimansyah. *Manajemen Strategi* .(Jakarta : Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia 2007)

5) Ciri-ciri Strategi Bersaing Generik

Strategi bersaing suatu perusahaan mempunyai ciri khas tersendiri yang membuat berbeda dari perbankan lain, Ciri-ciri tersebut tergambar table berikut :

Tabel 3
Ciri-ciri Strategi Bersaing Generik

KEUNGGULAN BIAAYA	DIFERENSIASI	FOKUS
<ul style="list-style-type: none"> • Pembangunan fasilitas berskala efisien secara agresif • Berusaha melakukan pengurangan biaya berdasarkan pengalaman • Pengawasan dan pengendalian biaya ketat • Menghindari pembebanan atas pelanggan manajerial • Minimalisasi biaya dalam semua aktivitas 	Nilai unik dari: <ul style="list-style-type: none"> • Prestos dan reputasi/citra • Teknologi • Inovasi • Fitur • Layanan pelanggan • Jaringan distribusi • promosi 	<ul style="list-style-type: none"> • eksplotasi terhadap ceruk pasar tertentu yang berbeda dengan industry lainnya • berkonsentrasi pada sigmen-segmen tertentu • kombinasi kebijakan untuk target strategis
<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan dapat mencapai return diatas rata-rata • Melindungi dari kompetisi pesaing • Melindungi perusahaan dari konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Melindungi perusahaan dari persaingan dengan loyalitas pelanggan • Menghindarkan perusahaan dari persaingan harga yang murah karena mempunyai nilai 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberi perlindungan dari tekanan persaingan • Dapat memilih ceruk pasar dimana pesaing lemah • Dapat mencapai

berbeda beli tinggi <ul style="list-style-type: none"> • Lebih fleksibel dalam mengatasi permintaan supplier • Pangsa pasar tinggi sehingga berpotensi meningkatkan jumlah pelanggan 	unik yang membedakannya dari perusahaan lain	return diatas rata-rata pelanggan
<ul style="list-style-type: none"> • Strategi terlalu mudah ditiru oleh pesaing • Terlalu banyak berfokus dalam aktivitas jadi tidak berkonsentrasi • Terkikisnya keunggulan biaya karena informasi tersedia untuk pelanggan meningkat 	<ul style="list-style-type: none"> • Terlalu banyak diferensiasi • Keunikan yang tidak bermanfaat • Diferensiasi mudah ditiru • Terjadi perbedaan diferensiasi antara penjual dan pembeli 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengikisan keunggulan biaya pada segmen sempit • Penawaran produk dan jasa yang terfokus akan ditiru dan memacu persaingan • Perusahaan menjadi terlalu terfokus dalam memuaskan pelanggan

Sumber : Diadaptasi dari Minim Nur Aisyah dalam jurnal terbitan UNY.²⁹

H. Metode Penelitian

Penelitian ini menggambarkan upaya peningkatkan jumlah. Hal-hal yang akan dibahas dalam metode penelitian antara lain:

1. Ruang Lingkup Penelitian

a. Subyek Penelitian

²⁹ [Http. www. Uny.ac.ac.id/refleksi_group/akses](http://www.Uny.ac.ac.id/refleksi_group/akses) pada 29 April 2013 pukul 10.45 WIB.

Subyek penelitian adalah individu yang dijadikan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan penelitian . Subyek penelitian adalah bagian umum dan nasabah PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta serta pesaing PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah yang menjadi pokok perhatian dari suatu penelitian.³⁰ Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah strategi bersaing yang diterapkan di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kualitatif juga di tinjau dari pendekatan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki sasaran penelitian yang tersebut.³¹ Tetapi dengan keterbatasan itu digali sebanyak mungkin data mengenai sasaran penelitian.

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif jika ditinjau dari eksplanasinya. Penelitian deskriptif yaitu bertujuan menggambarkan secara sistematis, akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian. Data yang

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bina aksara 2989), hlm. 29.

³¹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial, Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Prees. 2001), hlm. 29.

dikumpulkan semata-mata bersifat deskripsi sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi.³²

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas ini bisa penyusun simpulkan bahwa jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

3. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

a. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari narasumber dan belum diperoleh sebelumnya seperti sejarah lembaga, data jumlah nasabah, struktur organisasi, dan data yang lain.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah diperoleh sebelumnya seperti perkembangan jumlah nasabah, dari jumlah kantor, data prosentase bagi hasil dan data yang lain.

³² Saifuddin Azwar, Ma, *Matode Penelitian*.hlm.7.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data melalui wawancara atau percakapan, Tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadap secara fisik dan diarahkan pada masalah tertentu.³³

Teknik wawancara dengan bebas terpimpin baik terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur yaitu susunan pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan bisa diubah ketika wawancara dan disesuaikan dengan kebutuhan.³⁴

Wawancara merupakan salah satu metode mengumpulkan data yang dilakukan langsung berhadapan dengan narasumber maupun tidak atau memberikan daftar pertanyaan untuk di jawab.³⁵ Dalam penelitian ini digunakan wawancara tidak berstruktur yang diberikan kepada pihak-pihak yang berkaitan ditujukan kepada Direktur, karyawan, nasabah, dan pesaing dari BPRS dan BMT lain.

³³ Kartini Kartono, *Pengantar Metode Riset Sosial*, (Bandung : Mandar Maju. 1996), hlm. 187.

³⁴ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung : Remaja Rosdakarya. 2004), hlm. 181.

³⁵ Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei, hlm.167.

Berdasarkan pertanyaan diatas bisa disusun simpulan yang dimaksud wawancara adalah cara mengumpulkan data penelitian dengan cara percakapan lisan ataupun tulisan baik langsung ataupun tidak langsung antara peneliti dengan narasumber tentang suatu masalah yang hendak teliti.

b. Observasi

Teknik ini menurut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrument yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan.³⁶

Observasi merupakan pengamatan yang disengaja dan dilakukan secara sistematis, didukung dengan pencatatan terhadap gejala-gejala yang berhasil diamati.³⁷

Berdasarkan pernyataan diatas bisa disusun simpulan yang dimaksud observasi adalah cara penyusun mengumpulkan data dengan mengamati kegiatan di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta.

³⁶ Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*.(Jakarta : Bumi Aksara, 2004), hlm.100.

³⁷ Dudung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian*,(Yogyakarta : kurni Kalam Semerta 2003,), hlm. 11.

c. Dokumentasi atau kepustakaan

Kepustakaan digunakan dalam keseluruhan proses penelitian dengan memanfaatkan berbagai macam pustaka yang relevan dengan fenomena sosial yang tengah dicermati.³⁸

Metode dokumen adalah penelitian mencari dan mendapatkan data-data primer dengan melalui data-data dari prasasti-prasasti, naskah-naskah kearsipan (baik dalam bentuk barang cetakan maupun rekaman), data gambar/foto/blue print dan lain sebagainya.³⁹

Berdasarkan pernyataan diatas bisa penyusun simpulkan bahwa dokumentasi adalah cara pengumpulan data dengan referensi pustaka. Dokumentasi digunakan untuk mencari data sekunder.

5. Analisis Data

Metode analisa yang penulis gunakan dalam menganalisis data adalah bersifat analisis deskriptif kualitatif yaitu penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya sesuai data yang diperoleh dari hasil penelitian yang kemudian dilakukan analisis.⁴⁰

³⁸ Hariwijaya dan Bisnis Djaeri , *Teknik Menulis Skripsi dan Thesis*, (Yogyakarta : Zenith Publisher.2004), hlm. 44.

³⁹ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*.hlm.138.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm.7.

Alat Analisis data enelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif. Hal itu karena penyusun tidak melakukan suatu perubahan terhadap obyek penelitian. Analisis data deskriptif kualitatif yaitu penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian.⁴¹

Adapun alat analisis data adalah strategi bersaing Michael Porter dan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta . Analisis SWOT (*Sthrengths, Weaknesses, Opportunities, Threaths*) perlu digunakan sebab untuk membuat matriks SWOT yaitu menentukan unsure-unsur penting yang mempengaruhi aktivitas PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah. Setelah itu matriks SWOT digunakan sebagai pedoman untuk menggambarkan hubungan dan keterkaitan antara SWOT, keunggulan bersaing dan strategi bersaing.

6. Pengecekan Keabsahan Data

Setelah data terkumpul, maka dilakukan pengujian terhadap keabsahan data atau validitas data. Teknik pengujian validitas ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang

⁴¹ Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian; Suatu Pendekatan dan Prakte*, (Jakarta : Rineka Cipta. 1991), hlm.3.

lahir diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Penemuan data tidak langsung digunakan, tetapi perlu membandingkan dan mengecek kepercayaan suatu informasi melalui waktu dan alat-alat yang berbeda.

Teknik triangulasi yang sering digunakan dalam penelitian adalah teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dengan metode kualitatif yaitu dapat dilakukan dengan beberapa cara:

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara,
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dilakukan secara pribadi.
- 3) Membandingkan apa yang orang-orang katakan tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- 4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berbeda, orang pemerintahan.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Penelitian ini akan menggunakan triangulasi metode yang datanya didapatkan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dibandingkan hasilnya. Sedangkan triangulasi dengan sumber dilakukan dengan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Dalam hal ini peneliti mengecek derajat kepercayaan sumber dengan hasil informan dengan metode wawancara pada informan yang berbeda-beda.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian ini terdiri dari empat bab :

Bab I : Pendahuluan berisi penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Gambaran umum membahas tata letak dan geografis, sejarah berdiri dan proses perkembangan, Visi, misi dan Tujuan, landasan Hukum , Ciri-ciri, bentuk kegiatan dan produk, struktur organisasi dan jumlah PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia.

Bab III : Strategi bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah akan membahas tentang perkembangan jumlah nasabah, tingkat persaingan PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia, proses manajemen strategi, strategi bersaing dan matriks keunggulan bersaing.

Bab IV : Penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada halaman sebelumnya maka bisa peneliti simpulkan bahwa untuk meningkatkan jumlah nasabah di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta untuk menciptakan keunggulan bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan strategi defereasiaai dan fokus, Strategi tersebut antara lain bagi hasil pembiayaan yang lebih murah dibandingkan perbankan syariah lain maupun dari perbankan konvensional,

Keunggulan dari strategi tersebut cukup kompetitif untuk menghadapi persaingan dari para pesaing. Jika dibandingkan dengan perbankan konvensional konsep bagi hasil lebih unggul. Bank konvensional maupun di perbankan syariah lain, nasabah sering mengalami hambatan dengan ketentuan jaminan. Nasabah PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia dipermudah jaminan untuk mengajukan pembiayaan.

B. Saran

1. Hendaknya atasan di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta menciptakan pelayanan yang Benar-benar selaras sesuai dengan keinginan para anggota agar tujuan atau pekerjaan yang

dilaksanakan oleh bawahan dapat dilaksanakan berdasarkan standard dan kinerja yang baik.

2. Untuk menciptakan hari kerja yang efektif hendaknya seluruh jajaran pegawai PT. BPRS Mitra Cahaya Sleman Yogyakarta Indonesia menciptakan suatu pelayanan yang kondusif. Karena pelayanan tersebut akan menciptakan kepuasan para anggota.
3. Untuk kelancaran tugas-tugas secara efektif, agar fakta situasi atau iklim bekerja yang baik dan kondusif hendaknya dapat diciptakan kepuasan para Anggota.
4. Untuk meningkatkan kepuasan anggota diperlukan adanya suatu usaha dari pihak atasan untuk dapat memadukan individu bahannya dengan tujuan agar selaras dan sejalan dengan tujuan organisasi. Untuk itu diharapkan kepada pimpinan agar dapat membina disiplin bawahannya sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang berlaku.
5. Agar tercapainya keputusan pelanggan, pegawai dalam melaksanakan tugas-tugas yang dipercayakan kepadanya, perlu usaha pimpinan untuk menciptakan hubungan kerja atasan dengan bawahan secara serasi dan harmonis atau saling menghargai dengan menciptakan kondisi yang terbuka.
6. Penerapan pegawai dalam jabatan harus benar-benar disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku akan sesuai dengan pengetahuan dan kemampuannya, sehingga orang tersebut dalam melaksanakan Tugas-

tugasnya Benar-benar dapat diandalkan dalam pengabdianya kepada anggota.



DAFTAR PUSTAKA

- Body, Walker dan Larreche, *Manajemen Pemasaran; suatu pendekatan strategis dengan Orientasi Global*.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian social, Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya : Airlangga University Prees, 2011)
- David Hunger dan Thomas Wheelen, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta : ANDI : 2003)
- David Fred R.2004, *Strategi Manajemen.Concents, Niath Edition. PT Indeks Gramedia*.
- Dadung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta : Zenith Publisher. 2004)
- Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitati : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu sosial Lainnya*. (Bandung, Remaja Rasdakarnya. 2004)
- Eby wibowo dan untung hendi, “*mengapa memilih bank syariah*”: (Bogor :gralia Indonesia)
- Fred Darid, *Strategic Manayemem*.
- Husein Umari Desain, *Penelitian Manajemen Strategi*.
- H. Indriyo Gitosudamo, M.com. *Manajemen Strategis Edisi Pertama*.
- Jonh A.pearce, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta : Penerbit Salemba Empat).
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pengantar*. (Jakarta : Bina aksara 2989).
- Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Kartini kartono, *pengantar Metode Riset sosial*. (Bandung : Mandar maju. 1996).
- Lexy J.Moleong. *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung) : PT Remaja Rosdakarya. 2007.
- Nasution, *Metode Research Penelitian ilmiah*, (Jakarta : Bumi Aksara,2004).
- Pearce Robinson, *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendali*.
- Purnomo, Setiawan Hari dan Zulkiflimansyah. *Manajemen* : (Jakarta : Lembaga Penerbitkan Fakultas Ekonomi Universitas Inolonesia 2007)

Saifuddin Azwar, Ma, *Metode Penelitian*.

Saifuddin Azwar, Tes Prestasi; Fungsi Pengembangan Pengukuran Prestasi Belajar, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2003).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung : Alfabeta 2011).

Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian, Suatu Pendekatan dan Prakte*, (Jakarta : Rineka Cipta 1091).

Zainuddin Ali, “ *Hukum Perbankan Syariah*”, (Jakarta : Sinar Grafika 2008).

Skripsi :

Eni khusi yawati, *Strategi Pemasaran BMT mitra usaha tani* (STIS Yogyakarta: skripsi tidak diterbitkan,2001)

Eka Okta Walansari, *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasaah Di BMT Fajar Mulia Cabang Bandung*, Skripsi, (tidak diterbitkan), (Semarang : Fakultas Syariah walisogo Semarang, 2012).

Al-Qur'an :

Lajnah Pentashih Mushaf , *Al-Qur'anulkarim dan Terjemah*, departemen Agama RI Al-Qur'an dan terjemahnya. Departemen, yayasan penyelenggara penerjemah dan penafsir Al-Qur'an, Departemen Agama Republik Indonesia.

Website :

[Http.www.ekonomisyariah. Org akses.](http://www.ekonomisyariah.org)

[Http.www.Goolgel/Pengertian Defenisi.Com](http://www.Goolgel/PengertianDefenisi.Com)

[Http.www Psychology maria.Com](http://www.Psychologymaria.Com)

[Http.www.goolgel.Manayemen Strategi. Wadpra.Com](http://www.goolgel.ManayemenStrategi.Wadpra.Com)

[Http.www.goolgel.Manajemen Strategi. Wordprees.com.strategi Bersaing](http://www.goolgel.ManajemenStrategi.Wordprees.com.strategiBersaing)

[Http.www.goolgel. Manajemen Strategi, Wordprees.com,Sstrategi Bersaing](http://www.goolgel.ManajemenStrategi.Wordprees.com,SstrategiBersaing)

[Http.www.Uny,ac,ac,id/releksi group.](http://www.Uny.ac.ac.id/releksi_group)

PEDOMAN OBSEVASI

1. Bagaimana tata Geografi PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
2. Bagaimana Keadaan Lingkungan di Sekitar PT. BPRS Mitra CahayaIndonesia Sleman Yogyakarta ?
3. Bagaimana Metode Pelayanan di PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
4. Bagaimana sikap dan respon Karyawan yang melayani nasabah ?
5. Bagaimana metode antrian pelayanan langsung di PT. BPrS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
6. Apakah sarana dan Prasana untuk melayani nasabah di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia dikelola denga baik ?
7. Bagaimana sikap dan perilaku nasabah yang menunggu antrian pelayanan di kantor PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia ?

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Data Sejarah Berdiri dan Proses Perkembangan
 - a. Bagaimana Tata letak dan Geografi PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta?
 - b. Bagaimana sejarah PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
 - c. Apa Visi, Misi dan Tujuan PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
 - d. Apa alasan hukum PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
 - e. Apa Ciri-ciri PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
2. Struktur organisasi
 - a. Bagaimana kedudukan PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta di pasar perbankan?
 - b. Bagaimana Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
 - c. Bagaimana kelembagaan PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
 - d. Bagaimana Tugas dan Wewenang PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?

3. Data Jumlah Nasabah dan perkembangan
 - a. Berapa Jumlah Nasabah periode 2011 dan 2013 di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
 - b. Berapa Banyak peningkatan yang dialami ?



PEDOMAN WAWANCARA

1. Hal apa sajakah yang menjadi unggulan PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta untuk menghadapi pesaing dari lembaga keuangan lain ?
2. Bagaimanakah tingkat persaingan harga di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta di bandingkan dengan perbankan syariah ?
3. Hal unik apa citra mereka PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta yang bisa di unggulan ?
4. Langkah apa yang dilakukan di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ? untuk meningkatkan dalam segmen pasar yang sudah baru ?
5. Sudahkah kegiatan promosi yang dilakukan PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta telah memperhitungkan pengurangan dan pengendalian biaya ?
6. Keterbatasan wewenang dan kebijakan selalu menjadi hambatan bagi kantor cabang suatu perusahaan dalam promosinya, Solusi apa yang tepat untuk mengatasi hambatan tersebut ?
7. Strategi apa yang paling efektif untuk menarik simpati masyarakat sehingga jumlah nasabah bisa meningkat ?
8. Keunggulan apa dari PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta yang paling efektif untuk dipromosikan kepada masyarakat sehingga mampu menarik minat mereka untuk menjadi nasabah ?
9. Masyarakat mengeluh tentang prinsip bagi hasil dengan system bunga adalah sama. Bagaimanakah untuk PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta untuk mengatasi permasalahan tersebut ?

10. Bagaimanakah tingkat perbandingan bagi hasil PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta dibandingkan perbankan syariah yang lain ?
11. Hambatan apa yang dalam mempromosikan keistimewaan PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta kepada masyarakat ?
12. Apa yang paling unik dari produk-produk di PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta dibandingkan perbankan yang lain ?
13. Bagaimana untuk PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ? untuk meningkatkan jumlah nasabah ?
14. Bagaimana cara PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta agar tidak kalah bersaing sehingga berada di perbankan syariah ?
15. Konsep promosi yang seperti apa agar proses dakwah kepada masyarakat bisa tepat sasaran ?
16. Apakah usaha PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta berfokus melayani kelompok kepentingan tertentu sehingga lebih maksimal pelayanannya ?
17. Kelompok kepentingan manakah yang menjadi prioritas pelayanan PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta ?
18. Sudah Target strategis atau segmen pasar PT. BPRS Mitra Cahaya Indonesia Sleman Yogyakarta bisa melayani dengan maksimal ? mengapa ?



Wawancara sama Direktur PT . BPRS MCI Yogyakarta



Tempat Layanan



Tempat Pengumuman

PT. BPRS MITRA CAHAYA INDONESIA
Untuk bulan Juni 2013 (dalam ribuan rupiah)

JENIS PENGHIMPUNAN	Saldo Rata Rata	Pendapatan Yg Hrs Dibagi Hasil		Nisbah %	Porsi Pembik Dana Jumlah Bonus dan Bagi Hasil		Indikasi Rate Of Return (%)
		A	B		C	D	
1. Tabungan Wadiah	502.270	10.940	5	547	1.3		
a. Bank	0	10.940	5	547	1.3		
b. Non Bank	502.270	22.846	26	5.940	6.25		
2. Tabungan Mudharabah	1.115.300	27.070	542	141	6.39		
a. Bank	27.070	22.304	26	5.799	6.39		
b. Non Bank	1.088.230	139.166	139	58.094			
3. Deposito Mudharabah	6.622.050						
a. Bank	0		0	0			
- 1 Bulan							
- 3 Bulan							
- 6 Bulan							
- 12 Bulan							
b. Non Bank	0		0	0			
- 1 Bulan							
- 3 Bulan	759.800	15.962	43	6.864	10.84		
- 6 Bulan	442.500	9.299	46	4.278	11.60		
- 12 Bulan	5.419.750	113.905	50	56.953	12.81		

**LAPORAN PERUBAHAN DANA INVESTASI TERIKAT
PT. BPRS MITRA CAHAYA INDONESIA
Per 30 Juni 2012 dan 2011**

INFORMASI AWAL PERIODE	PORTOFOLIO A		PORTOFOLIO B		TOTAL
	2013	2012	2013	2012	2013

(dalam ribuan rupiah)

Tempat Pengumuman



Didepan Bank



Lingkungan PT. BPRS MCI Sleman Yogyakarta

LAMPIRAN

