BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kata bank dari kata *banque* dalam bahasa Perancis, dan dari *banco* dalam bahasa Italia, yang berarti peti/lemari atau bangku. Kata peti atau lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga, seperti emas, peti berlian, peti uang dan sebagainya. Dalam Al-Qur'an, istilah bank tidak disebutkan secara eksplisit. Tetapi jika yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajuban maka semua itu disebutkan dengan jelas, seperti zakat, sadaqah, *ghanimah* (rampasan perang), *ba'i* (jual beli), *dayn* (utang dagang), *maal* (harta) dan sebagainya, yang memiliki fungsi yang dilaksanakan oleh peran tertentu dalam kegiatan ekonomi.¹

Dalam perkembangannya, telah dikeluarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang mengatur perizinan kegiatan Usaha Bank Syariah. Kewajiban yang dimaksud adalah untuk memperoleh izin usaha sebagai Bank Syariah atau Unit usaha syariah dari Bank Indonesia sebelum melakukan kegiatan usaha Bank Syariah atau Unit usaha syariah.

Yogyakarta: Ekonisia, 2013, hlm.29.

1

¹ Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syari'ah*,

Perbankan, utamanya perbankan konvensional tidak dapat lepas dari suku bunga. Tingkat bunga adalah biaya peminjaman (atau pendapatan dari perkreditan) yang dinyatakan dalam presentase tahunan (Puspopranoto,2004). Suku bunga merupakan tolak ukur dari kegiatan perekonomian suatu negara yang berimbas pada kegiatan perputaran arus keuangan perbankan, inflasi, investasi dan perherakan currency disuatu negara.²

BI *rate* digunakan sebagai acuan bank dalam mementukan bunga. BI *rate* adalah suku bunga kebijakan yang mencerminkan sikap atau *stance* kebijakan moneter yang ditetapkan oleh bank Indonesia dan diumumkan kepada publik oleh Dewan Gubernur Bank Indonesia setiap Rapat Dewan Gubernur bulanan dan diemplementasikan pada operasi moneter yang dilakukan BI melalui pengelolaan likuiditas (*liquid management*) di pasar uang untuk mencapai sasaran operasional kebijakan moneter.³

BI *rate* pada perbankan *syari'ah* pengaruhnya tidak sebesar pada bank konvensional. Dampak dari BI *rate* pada perbankan syariah adalah persaingan pada bank konvensional. Semakin BI *rate* naik maka menguntungkan pihak bank syariah, karena dalam bank konvensional sudah pasti suku bunga harus ikut naik sehingga bank syariah lebih murah dibandingkan bank

² Ari Kristin, *Risiko Bank Syari'ah*, Yogyakarta :Pustaka Pelajar,2015, hlm, 94-95.

³ www.bi.go.id/moneter/birate/penjelasan/Contents/Default.aspx 21:58

konvensional. Sebagai bagian dari perbankan nasional, perbankan syariah juga dituntut untuk dapat menyalurkan pembiayaan dengan harga yang wajar. Saat ini pricing di bank syariah dirasakan oleh beberapa kalangan masih cukup tinggi. Lebih tingginya pricing di bank syari'ah ini tentunya tidak terlepas dari di perbankan syariah. Sistem uniknya prinsip operasional operasional bank svariah berdasarkan pada sistem *equity* dimana setiap modal atau dana yang disetor akan berbagi risiko.

Saat kondisi BI *rate* vang tinggi, bank syariah tidak diperkenankan menaikkan tarif pembiayaan murabahah yang sudah berjalan karena maksimum pembiayaan sudah disepakati diawal akad. Pada kondisi ini bank syariah dihadapkan pada risiko tidak bersaingnya bagi hasil kepada dana pihak ketiga.⁵

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Dalam menjalankan usahanya bank syari'ah menggunakan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala

⁴ Wawancara Direktur BPRS GMA syaiful Anas

⁵ Ari Kristin. *Risiko......* hlm. 97.

operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan maupun produk lainnya.⁶

Sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, Bank Indonesia memiliki kewenangan dan tanggung jawab untuk menetapkan perizinan, pembinaan dan pengawasan bank, serta penerapan sanksi terhadap bank yang tidak mematuhi peraturan perbankan yang berlaku sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Perbankan. Selanjutnya, pengaturan perizinan penirian BPRS dimuat dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang mengatur Bank Pembiayaan Rakyat Syariah hanya dapat didirikan dan/atau dimiliki oleh:

- a. Warga negara Indonesia dan/atau badan hukum Indonesia yang seluruh pemiliknya warga negara Indonesia;
- b. Pemerintah Daerah; atau
- c. Dua pihak atau lebih sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b.

Bank Indonesia telah mengeluarkan ketentuan perizinan pendirian dan kegiatan usaha Bank Syariah dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 6/17/PBI/2004 tentang BPR berdasarkan prinsip syariah, sebagaimana telah diubah dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/25/PBI/2006.⁹

⁶ Ihid

⁷ Pasal 29 ayat (1) Undang-Undang Perbankan.

⁸ Pasal 9 ayat (2) Undang-Undang Perbankan Syariah.

⁹ Jundaini, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia,* Malang: UIN-Malang Press (Anggota IKAPI), 2009, h, 87-88.

Adapun tujuan yang dikehendaki dengan berdirinya BPRS adalah: 1). Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan, 2). Menambah lapangan kerja terutama ditingkat kecamatan, sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi, 3). Membina semangat ukhuwah Islamiyah melaui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai.

Menurut Kepala Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Kantor Regional III jawa Tengah-DIY pada seminar membangun kinerja BPR/S yang unggul di Semarang pada 28 Agustus 2016 menyatakan, pangsa pasar BPR Jateng cukup besar. hingga semester satu tahun ini, jumlah BPR di Jateng mencapai 252 unit sedangkan BPRS sebanyak 26 unit.

Pada periode yang sama, aset BPR/S sebesar 23,9 triliun rupiah, DPK sebesar 17,8 triliun dan kredit sebesar 18,9 triliun. Secara "year on year" atau tahunan, ada pertumbuhan kinerja. Secara rincian, untuk aset tumbuh 16,14 %, DPK tumbuh 18,94% dan kredit tumbuh 9,54%.Jika dibandingkan dengan provinsi lain

Salah satu lembaga keuangan syariah BPRS Gala Mitra Abadi dibawah naungan Giri Muria Grup (GMG) Kudus.GMG didirikan berdasarkan Akta Notaris No.1 Tanggal 03 April 1995 yang dibuat dihadapan Mohammad Turman,S.H. notaris di Purwokerto melalui akuisisi dan perubahan nama dari BPRS Sabilul Muttaqin di Purwodadi.

Pada tahun 2013 BPRS Ben Salamah Abadi diakuisis oleh GMG. Kemudian pada bulan Oktober 2014 menempati gedung baru yang lebih presentatif, beralamat di Jl. Ahmad Yani Ruko Grand Mutiara No.1-3 Purwodadi, Grobogan. Pada bulan Februari 2015 berdasarkan surat dari OJK berganti nama menjadi PT BPRS Syariah Gala Mitra Abadi,dengan nama dan gedung baru diharapkan menjadi sebuag BPRS yang lebih maju dan bermanfaat untuk masyarakat Grobogan khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Menjadi BPRS yang solid dan terus berkembang secara konsisten dan fokus pada usaha mikro yang syariah. ¹⁰

GMG mengakuisisi Ben Salamah Abadi banyak kendala yang dihadapi oleh BPRS Gala Mitra Abadi karena banyak permasalahan dalam Ben Salamah Abadi, seperti yang dikemukakan oleh Wakil Direktur BPRS Gala Mitra Abadi , antara lain :1). Banyaknya pembiayaan macet, 2). Banyaknya pembiayaan macet ditengarai oleh pihak oknum bank yang mencairkan dana pembiayaan tanpa mempertimbangkan, mengevaluasi profil dan kemampuan calon nasabah hanya

_

http://girimuriagroup.com/bprs-gala-mitra-abadi.html diakses pada tanggal 05 Februari 2016 Pukul 05.50 WIB

untuk mecapai target yang diberikan oleh bank, 3). Karena pembiayaan macet tersebut, nasabah simpanan maupun deposito pihak bank tidak dapat mencairkan dana tersebut kepada nasabah, 4). Karena hal tersebut timbulah kecurigaan dan ketidakpercayaan nasabah terhadap bank tersebut karena takut dana simpanan maupun deposito tidak dipertanggungjawabkan oleh pihak bank.¹¹

Untuk mengatasi permasalahan tersebut pada bulan Oktober 2014 menempati gedung baru yang lebih presentatif beralamat di Jl. Ahmad Yani Ruko Grand Mutiara No.1-3 Purwodadi Grobogan. Kemudian pada bulan Februari berdasarkan surat OJK berganti nama dari BMT Ben Salamah Abadi menjadi BPRS Gala Mitra Abadi, dengan nama dan gedung baru diharapkan menjadi sebuah BPRS yang lebih maju dan bermanfaat untuk masyarakat Grobogan serta mengembalikan nama baik dan kepercayaan bank tersebut pada nasabah.

Menjalankan kegiatan perbankan BPRS Gala Mitra Abadi mempunyai produk unggulan baik produk dana pihak ketiga maupun produk pembiayaan. Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan

¹¹ Ahmad Saeful Anas, Direktur BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan, Wawancara. perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia.¹²

Produk-produk yang dimiliki BPRS Gala Mitra Abadi adalah Tabungan IB Gala Mitra, Tabungan IB Gala Rencana, Deposito Mudharabah dan pembiayaan. Semua produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS Gala Mitra Abadi ini selain untuk memberikan kepuasan kepada para nasabahnya juga dalam meningkatkan dana pihak ketiga.

Dana pihak ketiga (DPK) dana yang berasal dari masyarakat luas yang merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional suatu bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasionalnya dari sumber dana ini. Peningkatan DPK dapat dilihat dari meningkatnya jumlah dana yang diterima oleh bank atau dai jumlah nasabah tiap tahunnya. Banyaknya jumlah nasabah yang dimiliki oleh BPRS Gala Mitra Abadi pada DPK dapat dilihat dari tabel seebagai berikut:

¹² Sentot Imam Wahjono, *Manajmen Pemasaran Bank, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010, hlm. 88.*

¹³ Kasmir, Dasar- Dasar Perbankan, Jakarta : PT Rajagrafindo, 2011, hlm.64.

Tabel 1.1 Jumlah dana tabungan dan deposito

No.	BENTUK	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016
	Tabungan IB			
1.	Gala Mitra	Rp932.839.000	Rp1.345.783.000	Rp1.236.378.000
	Tabungan IB			
2.	Gala Rencana	Rp13.842.000	Rp2.711.000	Rp62.722.000
	Deposito			
3.	Mudharabah	Rp3.047.810.000	Rp5.502.415.000	Rp4.838.716.000

Dari data diatas Tabungan IB Gala Mitra Abadi dapat diketahui bahwa pada tahun 2014 mencapai Rp 932.839.000, sedangkan pada tahun 2015 mengalami peningkatan Rp 1.345.783.000, berjumlah Rp 412.944.000, lalu pada tahun 2016 mengalami penurunan Rp 1.236.378.00 berjumlah Rp 109.405.000. Kemudian pada tahun 2014 Tabungan IB Gala Rencana mencapai Rp 13.842.000, sedangkan tahun 2015 mengalami penurunan sebesar Rp 2.711.000 berjumlah Rp 11.131.000, lalu pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar Rp 2.711.000 berjumlahRp 60.011.000. Kemudian pada tahun 2014 Deposito *Mudharabah* mencapai Rp 3.047.810.000, sedangkan pada tahun 2015 mengalami peningkatan mencapai Rp 5.502.415.000 berjumlah Rp 2.454.605.000, lalu pada tahun 2016 mengalami penurunan Rp 4.838.716.000 berjumlah Rp 663.699.

Strategi-strategi dalam meningkatkan DPK yang diungkapkan oleh Saeful Anas¹⁴ adalah : 1). Melakukan pendekatan silaturahim (persuasif), 2). Menggencarkan *marketing*, 3).Berhadiah, 4). Keamanan, dijamin oleh LPS, 5). Menggunakan sistem bagi hasil, 6). Pajak ditanggung pihak bank, 7). Jemput Bola.

Dalam kaitannya dengan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat, bank perlu untuk melakukannya dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengukur tingkat kepercayaan dari masyarakat

Kepercayaan masyarakat terhadap sebuah bank seringkali ditunjukkan dari seberapa besar volume dana yang berhasil dihimpun oleh bank tersebut. Oleh karena itu, untuk mengukur tingkat kepercayaan masyarakat, bank melakukan inisiatif-inisiatif dalam rangka kegiatannya menghimpun dana. Semakin tinggi perkembangan volume dana dapat diartikan semakin tinggi juga tingkat kepercayaan masyarakat,begitu pula sebaliknya.

Untuk mendukung menyalurkan pinjaman kepada masyarakat

Dua kegiatan utama bank, mengimpun dana dan menyalurkan pembiayaan ,merupakan dua kegiatan yang

Ahmad Saeful Anas, Direktur BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan, Wawancara.

saling berhubungan. Untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal, bank harus dapat memberikan pembiayaan kepada masyarakat yang mebutuhkan dana. Untuk dapat memberikan pinjaman pembiayaan kepada masyarakat, bank perlu untuk menghimpun dana dari masyarakat yang Dalam meningkatkan DPK, BPRS Gala Mitra Abadi juga memiliki kendala-kendala yang menghambat, antara lain persaingan yang semakin ketat, adanya koperasi-koperasi yang gulung tikar.

Dalam meningkatkan DPK, BPRS Gala Mitra Abadi juga memiliki kendala-kendala yang menghambat, antara lain : 1). Persaingan yang semakin ketat dengan bank umum yang memiliki pembiayaan yang namanya KUR (Kredit Usaha Rakyat) bunganya lebih rendah, 2). Adanya koperasi-koperasi yang gulung tikar, 3). Banyak orang yang masih mengira Bank ini bank baru yang berlabel syariah dan masyarakat disana masih awam dengan pengetahuan bank syariah, 4). Masih ada beberapa nasabah yang mengira bank ini adalah Ben Salamah Abadi yang dulunya bermasalah, 6). Tempatnya yang tidak strategis yang agak jauh dari keramaian kota. 15

Persaingan juga menjadi kendala bagi BPRS Gala Mitra Abadi. Banyak bank-bank bergerak dalam usaha syari'ah, Bank Umum Syariah (BUS) serta bank syari'ah.

Ahmad Saeful Anas, Direktur BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan, Wawancara.

.

Tidak hanya Bank BPRS saja, dalam kompleks BPRS Gala Mitra Abadi juga terdapat Bank Sragen Syariah yang menggunakan basis syariah, Bank Syariah Mandiri, Bri Syariah serta banyak koperasi yang menjamur dalam lingkup daerah Grobogan khususnya di Purwodadi. Setiap Bank Syariah memilik produk-produknya sendiri yang berbeda antara bank satu dengan bank lainnya dan juga memiliki strategi khusus yang berbeda pula dalam meningkatkan DPK nya dalam menarik konsumen untuk menggunakan produknya.

Dengan latar belakang belakang diatas, penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dengan iudul "STRATEGI PEMASARAN PT BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) GALA MITRA ABADI GROBOGAN DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA" (TAHUN 2014-2016) dengan alasan BPRS tersebut sebelumnya BMT Ben Salamah Abadi Purwodadi yang mengalami kebangkrutan yang didalamnya terdapat berbagai masalah seperti pihak nasabah yang mempunyai simpanan berupa tabungan maupun deposito dan investasi lainnya yang pada saat itu sulit untuk mencairkan dana secara tunai. Masalah yang lain seperti banyaknya pembiayaan yang macet dan bermasalah. Pada tahun 2013 pihak Giri Muria Grup (GMG) Kudus mengakuisis Ben Salamah Abadi pada Februari 2015 secara resmi berganti nama menjadi BPRS Gala Mitra Abadi dan menempati gedung baru, agar stigma buruk pada Ben Salamah Abadi hilang diharapkan agar masyarakat menaruh kepercayaan kembali pada BPRS Gala Mitra Abadi.Dari sinilah penulis ingin mengatahui bagaimana strategi BPRS Gala Mitra dalam meningkatkan DPK dan mengatasi kendala dalan mencapai strategi tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, serta dasar pemikiran yang terdapat di dalamnya, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

- Bagaimana strategi pemasaran BPRS Gala Mitra Abadi dalam meningkatkan dana pihak ketiga?
- 2. Apa dampak dari strategi pemasaran BPRS Gala Mitra Abadi dalam meningkatkan dana pihak ketiga ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

 Untuk mengetahui strategi BPRS Gala Mitra Abadi dalam meningkatkan dana pihak ketiga. 2). Untuk mengetahui dampak dari strategi pemasaranBPRS Gala Mitra Abadi dalam meningkatkan dana pihak ketiga.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Akademik dan Teoritis

Penelitian ini sebagai masukan dan informasi bagi para peneliti dan pembaca dalam hal pengembangan penelitian yang akan datang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan khazanah keilmuan pada bidang perbankan svariah, khususnya cara meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK), serta memperluas wawasan peneliti dan mahasiswa khususnya mahasiswa Ekonomi Islam (FEBI).

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam upaya kemajuan pelaksanaan kegiatan perbankan syari'ah.

Sedangkan signifikasi penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang berupaya untuk menggambarkan keadaan atau fenomena yang berkaitan dengan sesuatu peristiwa atau aktifitas tertentu. ¹⁶

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan tinjauan kepustakaan yang penulis lakukan, berikut ada beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang terkait dengan pembahasan penelitian ini adalah:

- 1. Zuhairo menulis skripsi yang berjudul, "Strategi Aliansi Manajemen Bank Muamalat Indonesia dalam menunjang perkembangan BMT Ahmad Yani", penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang motivasi yang mendorong Bank Muamalat Indonesia (BMI) melakukan aliansi, serta kondisi BMT Ahmad Yani sebelum dan sesudah melakukan aliansi dengan BMI.
- 2. Skripsi oleh Luqman Dzul Hilmi yang berjudul,"Analisis Strategi Penjualan Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Surabaya Malang"Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam membangun strategi penjualan personal, Bank Muamalat Indonesia membina karyawannya untuk

_

¹⁶ Imam Suprayoga dan tabroni, *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Rosada Karya, 2001), hlm. 136.

keahlian mengembangkan kemampuan dan dalam melayani nasabah dan calon nasabah.serta para menetapkan standar pelayanan.Salah satunya pada penjualan personal meliputu penampilan diri,berpakaian Islami seperti memakai peci hitam bagi karyawan hingga salam,senyum dan sapa.Model yang digunakan BMI adalah Fast Service vamg mencakup aspek Friendly, Accesible, Secure dan To your needs. Adapun prinsip dalam penjualan BMI adalah profesional dengan berpegang teguh pada konsep syariah.Implikasi strategi penjualan personal BMI dapat meningkatkan jumlah nasabah,dana pihak ketiga,maupun Kantor Cabang serta juga menurunkan presentase Non Performing Finance. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini mengajarkan karywan dalam melayani nasabah dengan menggunakan strategi pemasaran *personal selling* saja sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan strategi pemasaran secara keseluruhan.

3. Skripsi oleh Atik Fadhilah Program Studi DIII Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga 2013 yang berjudul,"Strategi yang Digunakan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surabaya Purwodadi Untuk Meningkatkan Size Business Warung Mikro yang

Sehat", membahas tentang usaha kecil menengah (UKM) yang dapat survive saat krisis ekonomi melanda,persoalanpersoalan dapat menghambat usaha-usaha vang pemberdayaan UKM partisipasi aktif UKM dalam proses pembangunan nasional,khususnya dalam kegiatan ekonomi dalam rangka mewujudkan pemerataan pembangunan lapangan keria dan peningkatan melalui perluasan pendapatan, prosedur operasional pembiayaan, strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri disini dengan meningkatkan kualitas pelayanan,kecepatan pencairan pembiayaan SLA (Service Level Agreement),melakukan kerjasama atau *aliansi*.Persamaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek yang diteliti yakni strategi yang digunakan oleh lembaga keuangan.Sedangkan perbedaanya adalah jika penelitian tersebut strategi digunakan untuk pemberdayaan UKM dan Bank Umum Syariah maka penelitian yang dilakukan peningkatan Dana Pihak Ketiga pada BPRS.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini adalah kualitatif. Penelitian Kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskripstif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. 17

Penelitian ini menggunakan teori strategi pemasaran, strategi dalam meningkatkan DPK pada PT BPRS Gala Mitra Abadi.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Dengan tujuan agar dapat menghasilkan datadata tambahan dari orang-orang dan kegiatan yang diamati di sekitar BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan khususnya didaerah Purwodadi. Yaitu data-data tambahan yang menggambarkan tentang tentang strategi meningkatkan DPK. dan bagaimana mengatasi kendalanya.

2. Sumber dan Jenis Data

Data adalah serangkaian informasi verbal dan nonverbal yang disampaikan informan kepada peneliti untuk menjelaskan perilaku ataupun peristiwa yang sedang menjadi fokus penelitian Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian.¹⁸

Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif* untuk Bisnis, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 79

¹⁷ Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm.36.

Dalam penelitian ini sumber data meliputi sebagai berikut:

a. Data Primer.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini.¹⁹

3. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yakni berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan, maka metode yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah:

1) Metode Wawancara

_

¹⁹ Gunawan, Imam, *Metodologi Penelitian Kualitatiif Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), hal. 142

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data, dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian atau responden. Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (*interviewee*).²⁰

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur, yaitu jenis wawancara yang sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, di mana dalam pelaksanaanya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka.²¹

2) Telaah dokumen

Dokumen adalah segala sesuatu materi dalam bentuk tertulis yang dibuat oleh manusia. Dokumen yang dimaksud adalah segala catatan baik berupa

²⁰ Gunawan, Imam, Metode Penelitian,,,,,hlm. 106

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian*,,,, hlm. 320.

catatan dalam kertas (*hardcopy*) maupun elektronik (*softcopy*). Dokumen dapat berupa buku, artikel media masa, catatan harian, manifesto, undangundang, notulen, blog, halaman web, foto, dan lainnya.

4. Teknik analisis data

Analisis data adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan, artinya memberikan makna, menjelaskan pola, dan mencari hubungan antar berbagai konsep.²²

Analisis data bertujuan untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan, dalam memberikan interpretasi data yang diperoleh. Dalam menganalisa data, penulis menggunakan teknik deskriptif analitik, yaitu data yang diperoleh tidak dianalisa dengan rumus statistika, namun data tersebut dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan sesuai kenyataan realita.

Adapun analisis data dalam penelitian dengan pendekatan analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah metode untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah

S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*, (Bandung: Tarsito, 1992), hlm. 126.

terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum sehingga memperoleh gambaran informasi tentang penelitian tersebut.²³

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terbagi ke dalam empat bab, yaitu :

Bab I, merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, perumuan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka dan metodologi peneliian.

Bab II, menjelaskan tentang beberapa pokok teori yang terkait dengan startegi pemasaran dalam dalam perspektif Islam, konsep pemasaran dalam ekonomi Islam, karakteristik pemasaran Rasulullah, perumusan pemasaran.

Bab III, menjelaskan sekilas tentang BPRS Gala Mitra Abadi, menjelaskan profil,struktur organisasi serta produk-produk yang digunakan BPRS Gala Mitra Abadi.

Bab IV, memaparkan analisis strategi pemasaran dan analisis dampak dari strategi pemasaran dalam meningkatkan DPK.

.

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2014, h. 147

Bab V, berisi penutup, yang menjelaskan kesimpulan sebagai hasil dari penelitian dan saran-saran.