

Strategi Pemasaran Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Edi Santoso, Riawan*

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia

*Email korepondensi: riawan13awan@gmail.com

Recieved 10-10-2017 | Revised 14-11-2017 | Accepted 29-11-2017

Abstrak

Keberadaan BPRS adalah untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dalam dunia perbankan, selaras dengan tuntutan globalisasi di masa mendatang serta memberdayakan ekonomi mikro di daerah-daerah yang mungkin belum terwadahi dengan maksimal oleh keberadaan bank umum syariah dan unit usaha syariah. Setiap bank syariah mempunyai produk yang berbeda-beda yang ditawarkan kepada masyarakat, akibatnya muncul persaingan diantara bank syariah itu sendiri untuk memasarkan produk kepada masyarakat, oleh karena itu perlu adanya strategi pemasaran produk bank syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak direktur BPRS Mitra Mentari Sejahtera. dari hasil wawancara ditemukan bahwa BPRS dalam menawarkan produknya, hendaknya selalu memanfaatkan warga Muhammadiyah untuk dijadikan sebagai nasabah, hal ini terbukti dengan lebih dominannya jumlah nasabah yang ada di BPRS. Tahap perencanaan, strategi dan sampai pada implementasi telah dilakukan dengan baik. Dari data yang diperoleh bahwa penghimpunan dan penyaluran dana untuk setiap bulan selalu mengalami peningkatan, hal ini akan menjadi kekuatan BPRS untuk tetap bertahan untuk jangka panjang.

Kata Kunci: BPRS, Produk BPRS, Strategi Pemasaran Produk

Saran sitasi: Riawan, R., & Santoso, E. (2017). Strategi Pemasaran Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Pada BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(03), 157-166. doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v3i03.111>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v3i03.111>

1. Pendahuluan

Indonesia sebagai negara dengan berpenduduk muslim terbesar di dunia mestinya bisa menjadi potensi sangat besar untuk pemasaran produk perbankan syariah. Namun perkembangan bank syariah di Indonesia masih kalah jauh dengan perkembangan bank konvensional. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan syariah, memacu pertumbuhan jumlah bank syariah yang ada di Indonesia. Setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia, beberapa bank umum

syariah mulai berdiri dan beberapa bank konvensional mulai membentuk unit usaha syariah. Berdasarkan data Bank Indonesia pada 2005 terdapat 3 Bank Umum Syariah, dan 19 Unit Usaha Syariah yang berdiri di Indonesia. Jumlah itu terus mengalami peningkatan setiap tahun. Pada periode Maret 2013 telah beroperasi 11 Bank Umum Syariah dengan 1.812 kantor, dan 24 Unit Usaha Syariah dengan 529 kantor di Indonesia (*Bank Indonesia*, 2013).

Berdirinya Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah tersebut memberikan alternatif pilihan bagi masyarakat muslim di Indonesia

dalam memanfaatkan jasa perbankan. Meskipun demikian jangkauan layanan bank-bank tersebut belum bisa mengakomodir seluruh lapisan masyarakat, terkait dengan kebijakan masing-masing bank dan pangsa pasar yang ingin mereka dapatkan. Disebabkan oleh itu, maka keberadaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk memanfaatkan layanan mikro perbankan syariah. BPRS merupakan suatu lembaga keuangan mikro yang berlandaskan prinsip syariah yang tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Operasional usaha BPRS meliputi penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi serta menyalurkan pembiayaan bagi nasabah (Studi BPRS Keresidenan Madiun).

Berdirinya BPRS ini didukung dengan adanya Undang-undang no 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan, serta Undang-undang no 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Selain itu juga ditunjang oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/17/PBI/2004 yang kemudian direvisi dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/25/PBI/2006 tentang Bank Perkreditan Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah serta Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/23/PBI/2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Perkembangan BPRS di Indonesia cukup signifikan, terlihat pada perkembangan jumlah BPRS yang berdiri. Berdasarkan data Bank Indonesia, pada tahun 2005 terdapat 92 BPRS yang beroperasi dan pada Maret tahun 2013 jumlah itu meningkat menjadi sejumlah 159 BPRS. Berdasarkan Kajian Ekonomi Regional Jawa Timur Triwulan IV 2011 (2012), perbankan syariah di Jawa Timur memperlihatkan perkembangan yang cenderung positif. Sejalan dengan itu, BPRS di Jawa Timur juga menunjukkan indikasi yang sama dan cenderung tumbuh pada triwulan IV 2011 (Bank Indonesia, 2011).

Melihat kondisi dan tujuan tersebut diatas, beberapa Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) di Jawa Timur, pengusaha daerah yang selama

ini berkecimpung diberbagai bidang usaha dan para tokoh masyarakat yang aktif dalam pengembangan Masyarakat Ekonomi Syariah serta Majelis Ekonomi Muhammadiyah Jawa Timur, memikirkan dan membahas kemajuan pengusaha mikro khususnya yang berbasis syariah dilingkungannya dengan berencana mendirikan BPRS yang beroperasi di wilayah eks-Karesidenan Madiun.

BPRS akan didirikan dalam bentuk badan usaha Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. BPRS Mitra Mentari Sejahtera (MMS). Adapun maksud dan tujuan pendirian BPRS ini adalah untuk melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito. Di samping itu BPRS juga akan memberikan pembiayaan bagi pengusaha mikro-kecil, staf dan karyawan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) serta masyarakat umum.

Untuk membangun tingkat kepercayaan kepada nasabah dalam rangka memberikan keyakinan terhadap produk yang akan ditawarkan kepada calon nasabanyanya, maka pihak perbankan berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik dengan maksud untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada calon nasabah maupun nasabah yang sudah ada. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010), dengan hasil penelitian bahwa keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah dipengaruhi oleh variabel pelayanan dan kepercayaan yang diberikan oleh bank tersebut. Disamping memberiekan layanan dan kepercayaan yang baik, Perusahaan dalam mengembangkan usahanya terdapat 4 indikator yang menjadi acuan untuk mempertahankan usahanya dan sebagai strategi untuk bersaing, yaitu kualitas sumber daya manusia, produk, kualitas layanan, dan *image* (Kotler, 2007).

Berdasar pada pemikiran tersebut perlu merumuskan strategi yang tepat untuk memasarkan produk dari BPRS Mitra Mentari Sejahtera baik yang berupa tabungan maupun pembiayaan bagi masyarakat (nasabah) khususnya yang berada di wilayah Kabupaten Ponorogo.

Berdasarkan pada uraian masalah tersebut diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana perencanaan dan perumusan strategi pemasaran produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Mentari Sejahtera di Kabupaten Ponorogo; Bagaimana implementasi strategi pemasaran produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Mentari Sejahtera di Kabupaten Ponorogo.

2. Kajian Pustaka

2.1 Hukum Bank Syariah

Al Qur'an Surat Al Baqarah ayat 275

Allah menegaskan yang artinya *“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”*

Al Qur'an Surat Ar-Rum ayat 39 Allah SWT menegaskan yang artinya *“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”*.

Sejak diberlakukannya **UU No.7 Tahun 1992**, yang memposisikan bank Syariah sebagai bank umum dan bank perkreditan (pembiayaan) rakyat, memberikan angin segar kepada sebagian umat muslim yang anti-riba, yang ditandai dengan mulai beroperasinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tanggal 1 Mei 1992

dengan modal awal Rp.106.126.382.000,00. Namun bukan hanya itu, Tercatat bahwa bank-bank (pedesaan) Islam pertama di Indonesia adalah BPR "Mardatillah" (BPRMD) dan BPR "Berkah Amal Sejahtera". Keduanya beroperasi atas dasar hukum Islam (syariah) dan terletak di Bandung. Keduanya mulai mengoprasikan usahanya pada tanggal 19 Agustus 1991. Meskipun UU No.7 Tahun 1992 tersebut tidak secara eksplisit menyebutkan pendirian bank syariah atau bank bagi hasil dalam pasal-pasalnya, kebebasan yang diberikan oleh pemerintah melalui deregulasi tersebut telah memberikan pilihan bebas kepada masyarakat untuk merefleksikan pemahaman mereka atas maksud dan kandungan peraturan tersebut.

UU No.10 Tahun 1998 ini memberi kesempatan bagi masyarakat untuk mendirikan bank yang menyelenggarakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, termasuk pemberian kesempatan kepada BUK untuk membuka kantor cabangnya yang khusus menyelenggarakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah. Selain itu, pemerintah juga menjabarkan apakah yang dimaksud dengan Prinsip Syariah dalam pasal ini, yaitu terdapat dalam pasal 1 ayat 13 UU No.10 Tahun 1998: Prinsip Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).

UU No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia telah menugaskan kepada BI untuk mempersiapkan perangkat aturan dan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya yang mendukung kelancaran operasional bank berbasis Syariah serta penerapan dual bank sistem.

2.2 Peraturan Mahkamah Agung (MA) No.2 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Lahirnya Undang-Undang Nomor 3 tahun 2006 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1989 tentang Peradilan Agama telah membawa beberapa perubahan yang signifikan terhadap kedudukan dan eksistensi peradilan agama di Indonesia. Kewenangan absolut dari peradilan agama mengalami perluasan, yakni pengadilan agama berwenang menangani permasalahan ekonomi syariah yang meliputi perbankan syariah, lembaga keuangan mikro syariah, asuransi syariah, reasuransi syariah, reksadana syariah, dan beberapa masalah ekonomi Islam lainnya.

Perkembangan ini menuntut Mahkamah Agung mengeluarkan peraturan yang terkait dengan permasalahan ekonomi Islam. Pada tanggal 10 September 2008 Mahkamah Agung mengeluarkan Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. PERMA ini adalah sarana memperlancar dalam pemeriksaan dan penyelesaian sengketa ekonomi syariah sekaligus pedoman bagi hakim mengenai hukum ekonomi berdasarkan prinsip Islam, sebagaimana terdapat di dalam konsiderannya. Penyusunan KOHES ini tidak bisa terlepas dari sejumlah rujukan baik dari beberapa kitab fiqh, fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia, dan peraturan Bank Indonesia tentang Perbankan Syariah.

2.3 Prinsip-prinsip Umum Bank Syariah

Dalam menjalankan usahanya, bank syariah harus tetap berpedoman pada nilai-nilai syariah. Prinsip itu berpedoman pada Alquran dan Hadits. Prinsip yang diterapkan bank syariah meliputi (Hafidhuddin, 2003):

1. Prinsip pengharaman riba

Prinsip ini tercermin dari praktek pengelolaan dana nasabah. Dana yang berasal dari nasabah penyimpan harus jelas asal usulnya. Sedangkan penyalurannya harus dalam usaha-usaha yang tidak bertentangan dengan syar'i.

2. Prinsip keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan sistem bagi hasil dan pengambilan keuntungan berdasarkan hasil kesepakatan dua belah pihak.

3. Prinsip Kesamaan

Prinsip ini tercermin dengan menempatkan posisi nasabah serta bank pada posisi yang sederajat. Kesamaan ini terwujud dalam hak, kewajiban, risiko dan keuntungan yang berimbang di antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.

Karakteristik Bank Syariah

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2002), beberapa hal yang menjadi ciri sekaligus yang membedakannya dengan bank konvensional adalah:

1. Prinsip syariah Islam dalam pengelolaan harta menekankan pada keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Harta harus dimanfaatkan untuk hal-hal produktif terutama kegiatan investasi yang merupakan landasan aktifitas ekonomi dalam masyarakat.
2. Bank syariah adalah bank yang berasaskan antara lain pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah.
3. Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebaskan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan.
4. Tidak secara tegas membedakan sektor moneter dan sektor riil sehingga dalam usahanya dapat melakukan transaksi-transaksi sektor riil, seperti jual beli dan sewa menyewa.

2.4 Pengawasan Internal Bank Syariah

Pengawasan Internal merupakan salah satu elemen dalam sistem pengawasan bank syariah yang merupakan suatu mekanisme internal untuk memberikan jaminan kepatuhan syariah kepada para *stakeholder* bank syariah. Pengawasan

internal syariah yang efektif akan meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat dan para *stakeholder* kepada bank syariah dalam menerapkan prinsip dan aturan syariah.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif diskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah berupa prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Bachtiar, 1997) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tergantung pada pengamatan sesuai dengan kemampuan yang berhubungan langsung dengan orang-orang di sekitar obyek penelitian (Moelong, 2002), subyek dalam penelitian ini adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Mentari Sejahtera (MMS). Sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran produk dari BPRS Mitra Mentari Sejahtera yang berupa tabung dan pembiayaan. Dengan sumber data diperoleh dari hasil wawancara langsung dan literatur-literatur yang relevan dengan penelitian ini

Untuk mengumpulkan data yang berkenaan dengan judul penelitian menggunakan jenis pengumpulan data meliputi; 1) Studi Kepustakaan, merupakan suatu metode mengkaji data-data yang diperoleh dari buku-buku, bahan-bahan referensi, artikel, brosur dan bahan bacaan lainnya yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini. 2) Interview (wawancara), merupakan percakapan langsung yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan maksud tertentu. Yaitu pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan yang diwawancarai (yang memberikan jawaban) atas pertanyaan itu. Wawancara dilakukan dengan tidak terstruktur dan tidak terlalu formal karena untuk menghindari antara peneliti dengan responden dengan wawancara bersifat pribadi. Nama objek wawancara dalam penelitian ini di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Mentari Sejahtera yaitu Budi Eko Cahyono

selaku Direktur Utama dan Rudi Candra Setiyawan selaku Direktur.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Peluang Pasar BPRS

Peluang pasar memiliki peran penting dalam menentukan segmen pasar terhadap produk yang akan diperjual belikan. Melakukan segmentasi pasar bertujuan untuk melihat tingkat kebutuhan masyarakat mengenai ketertarikan untuk melakukan kerjasama dengan perbankan syariah sebagai nasabah. Mengingat Bank Penkreditan Rakyat Syariah adalah lembaga perbankan melalui perserikatan Muhammadiyah maka peluang pasar yang menjadi sasaran utama adalah dikalangan amal usaha Muhammadiyah. Hal ini sesuai dengan kutipan wawancara dari direktur BPRS Ponorogo, berikut kutipannya:

“Direktur utama BPRS Mitra Mentari Budi Eko Cahyono menyatakan bahwa BPRS sebagai badan usaha yang bergerak dibidang Amal Usaha Muhammadiyah maka, peluang pasar yang terbuka sebagai nasabah yakni melalui jaringan perserikatan Muhammadiyah antara lain Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Rumah Sakit Aisyiah dan sekolah-sekolah Muhammadiyah yang tersebar di wilayah Ponorogo atau melalui perserikatan Muhammadiyah”

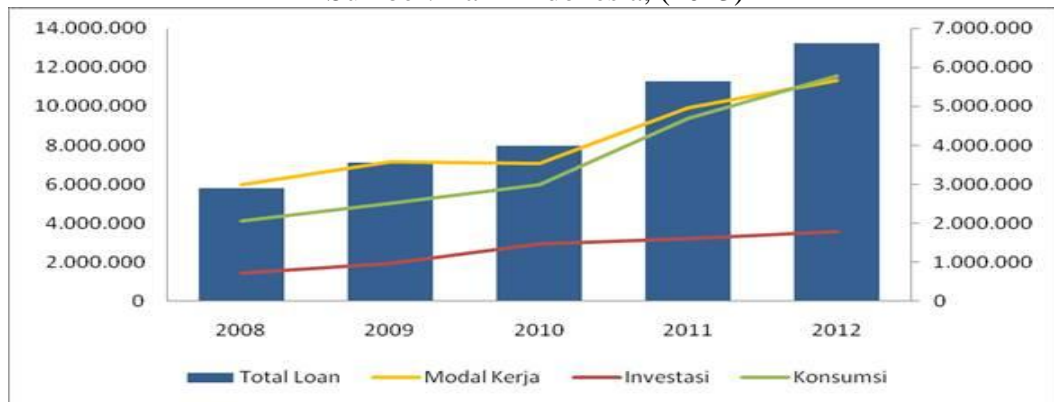
Peluang pasar yang dapat dimanfaatkan oleh BPRS Mitra Mentari dapat dilihat dari jumlah penghimpunan dana (*outstanding fund*) dan jumlah penyaluran kredit (*outstanding credit*). Karakteristik tersebut dapat menunjukkan besaran nilai dana di masyarakat yang berpotensi untuk diserap sekaligus yang berpotensi untuk diberikan kredit serta ceruk pasar yang masih tersedia untuk BPRS. Adapun data Data perkembangan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat dari tahun 2008 sampai 2013 pada wilayah keresidenan Madiun yang menjadi acuan untuk berdirinya BPRS Mentari Sejahtera di Kabupaten Ponorogo adalah sebagai berikut:

Data penghimpunan dana dari masyarakat dari tahun 2008 sampai 2013 pada wilayah keresidenan Madiun disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Data penghimpunan dana dari masyarakat tahun 2008-2013

Sumber: Bank Indonesia, (2013)



Gambar 2. Data Penyalurana Dana ke Masyarakat tahun 2008- 2013

Sumber: Bank Indonesia, (2013)

Sedangkan data penyalurana dana ke masyarakat dari tahun 2008 sampai 2013 pada wilayah keresidenan Madiun dapat disajikan pada Gambar 2.

4.2 Strategi Penghimpunan Dana

Bank Penkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank Syariah dari amal usaha Muhammadiyah yang berfungsi menghimpun dana masyarakat dan dikembalikan dimasyarakat dalam bentuk utang (kredit). seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa peluang pasar yang akan menjadi sasaran sebagai nasabah adalah melalui perserikatan Muhammadiyah. Namun bukan berarti bahwa peluang tersebut akan mempermudah untuk menarik minat masyarakat yang khususnya anggota Muhammadiyah untuk menjadi nasabah pada bank BPRS. Bank Penkreditan Rakyat Muhammadiyah merupakan bank baru tumbuh dan usia bank tersebut kurang lebih setahun sehingga butuh strategi untuk menarik minat masyarakat. Strategi merupakan serangkaian rancangan besar yang menggambarkan

bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya (William, 2006).

Strategi yang digunakan untuk penghimpunan dana adalah dengan memanfaatkan jaringan persyarikatan Muhammadiyah di wilayah Ponorogo. Sebagai BPRS yang dimiliki oleh Muhammadiyah, BPRS Mitra Mentari Sejahtera memiliki *captive market* untuk *outstanding fund* dari dana Amal Usaha Muhammadiyah (AUM). Seperti yang dikemukakan oleh direktur utama Bank BPRS dalam wawancara langsung mengenai strategi dalam menghimpun dana masyarakat. Berikut kutipan wawancaranya;

“BPRS adalah bank dari Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) yang berkerja menghimpun dan memberikan dana pada masyarakat sebagai nasabah. Karena BPRS merupakan amal usaha Muhammadiyah maka peluang pasarnya melalui perserikatan Muhammadiyah. Sebagai strategi yang digunakan untuk menghimpun dana masyarakat adalah dengan memberikan penawaran prodak yang kami miliki kepada karyawan dan dosen

Universitas Muhammadiyah serta guru-guru SMA, SMP dan SD Muhammadiyah dan juga pelaku usaha.

4.3 Strategi Penyaluran Dana

Merujuk pada undang-undang No.10 tahun 1998 mendefinisikan kredit sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga. Dalam proses penyaluran dana masyarakat atau kredit perlu dilakukan dengan hati-hati sehingga tujuan dan sasaran dapat dicapai dengan sempurna. Dan uang yang disalurkan dalam kondisi aman, terarah dan menghasilkan pendapatan. Aman yang dimaksud disini adalah akan dapat menerima kembali nilai ekonomi yang sudah disalurkan, terarah maksudnya dalam pemberian kredit tepat sasaran sesuai dengan tujuannya dan menghasilkan maksudnya adalah dana yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi bagi Bank (Taswan, 2006).

Dalam wawancara dengan direktur BPRS Mitra Mentari Sejahtera menjelaskan tentang strategi penyaluran kredit pada masyarakat. Kutipan wawancaranya yang sudah diringkas adalah sebagai berikut:

“BPRS Mitra Mentari Sejahtera menyalurkan pembiayaan konsumtif dan produktif kepada masyarakat. Segmen pasar utama yang dibidik oleh BPRS, terutama untuk pembiayaan konsumtif, adalah para guru dan staf di sekolah milik Muhammadiyah, staf rumah sakit Muhammadiyah, serta para dosen dan staf universitas Muhammadiyah. Selain itu juga para peaku usaha mikro yang menjadi sasaran yang dilakukan dalam menyalurkan pembiayaan untuk keberlanjutan usahan mereka. Jenis pembiayaan yang dilakukan oleh BPRS Mitra Mentari Sejahtera terdiri dari dua yaitu pembiayaan mitra karya dan pembiayaan mitra usaha. Kedua unsur pembiayaan tersebut memiliki tingkat resiko yang berbeda.”

Sinungan (2000) menyatakan bahwa kredit yang disalurkan pada masyarakat pada umumnya

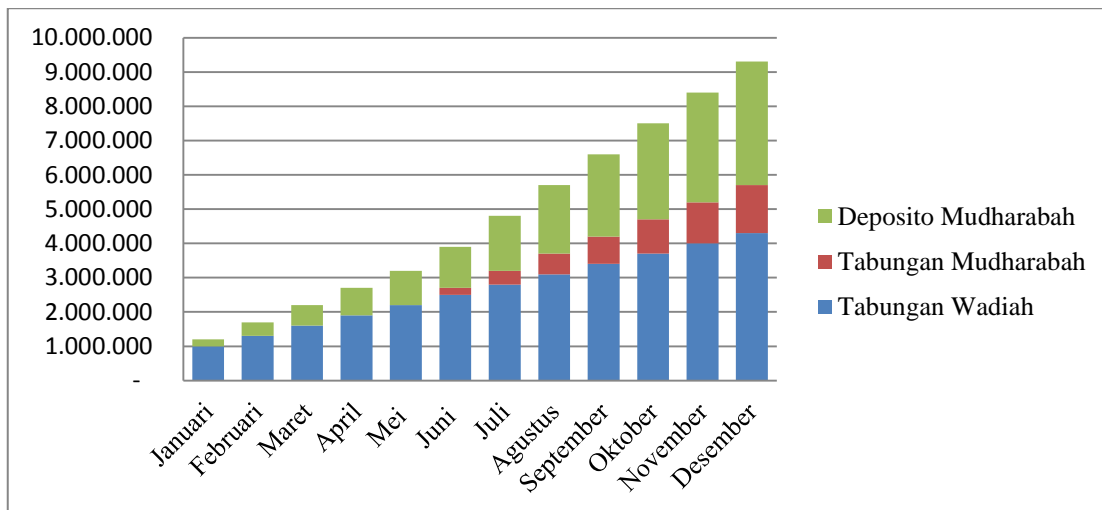
ditujukan untuk kredit konsumtif yaitu kredit yang diperuntukan untuk keperluan konsumsi. Artinya bahwa kredit tersebut akan digunakan untuk kebutuhan sehari-harinya, sehingga kredit tersebut jika dinilai dari segi utiliti uang, akan tetapi hanya digunakan untuk membantu seseorang dalam memenuhi kebutuhan. Selanjutnya adalah kredit produktif, yaitu kredit yang diperuntuka untuk keperluan produksi. Kredit produktif digunakan untuk keperluan peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi. Dalam hal ini aktivitas kredit yang dimaksud sama halnya yang dilakukan oleh BPRS Mitra Mentari Sejahtera.

4.4 Perkembangan Simpanan Masyarakat

Perkembangan simpanan masyarakat merupakan salah satu indikator terhadap suatu keberhasilan bank dalam menghimpun dana masyarakat. Sehingga hal ini penting untuk selalu dipantau perkembangannya, apakah memenuhi target yang diharapkan atau sebaliknya. Dana masyarakat yang tersimpan di bank umum pada umumnya terbagi menjadi tiga antara lain giro, simpanan berjangka dan tabungan. Sedangkan untuk BPR/S hanya terbagi menjadi dua yakni tabungan dan deposito sebab BPR/S tidak diperbolehkan untuk menghimpun dana masyarakat dalam bentuk giro. hal ini sesuai dengan kutipan wawancara Budi Eko Cahyono selaku direktur utama BPRS Citra Mentari Sejahtera. Berikut kutipan wawancaranya;

“Dana simpanan masyarakat yang tersimpan di BPRS Mitra Mentari Sejahtera hanya terbagi dalam kelompok yaitu tabungan dengan deposito, berbeda dengan bank pada umumnya yakni terbagi tiga kelompok antara lain giro, simpanan berjangka dan giro”.

Dari gambar 3, menunjukkan bahwa nilai simpanan masyarakat (tabungan dan deposito) cenderung mengalami peningkatan sepanjang tahun Januari- Desember 2017. Hal ini menunjukkan tren yang positif dalam menghimpun dana masyarakat Dalam hal ini BPRS ketika menentukan strategi penghimpunan dana pada masyarakat sudah



Gambar 3. Rencana Perkembangan Simpanan Masyarakat
Sumber: Data Sekunder dari BPRS

berjalana secara efektif melalui sosialisasi dan gambaran produk yang dimiliki BPRS. Disisi lain masyarakat sudah memberikan kepercayaan kepada BPRS untuk mengelolah keuangan baik dalam bentuk tabungan maupun deposito. Sebagai bisnis baru BPRS yang baru berumur kurang lebih setahun telah mampu memberikan penguatan pada masyarakat terhadap produk yang telah ditawarkan.

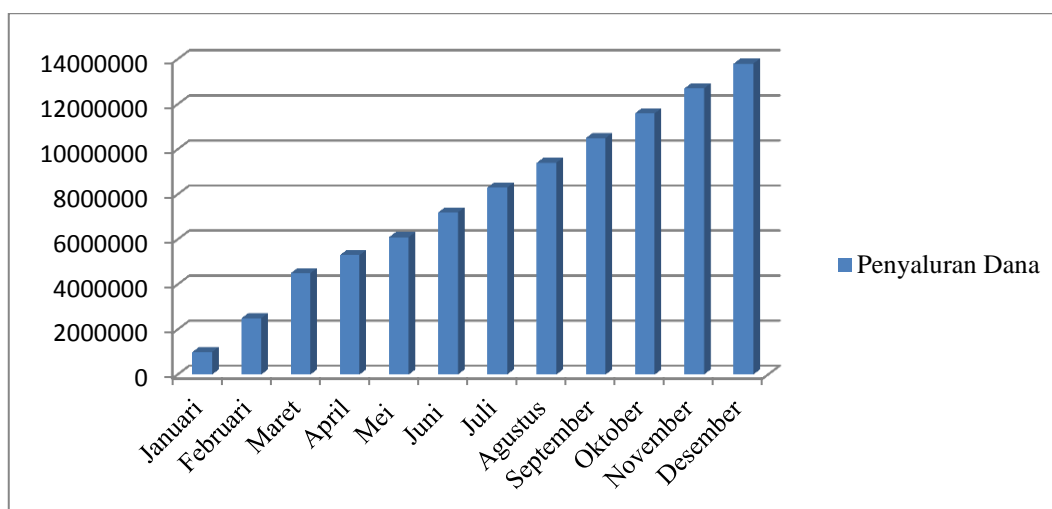
4.5 Perkembangan Penyaluran Dana

Pemberian kredit merupakan bentuk aktivitas bank pada umumnya dalam menghasilkan keuntungan (Dendawijaya, 2005). Hal ini akan selalu dimanfaatkan dan menjadi trend yang baik terhadap keberlangsungan BPRS untuk jangka waktu yang panjang. Strategi yang dibangun untuk menyalurkan dana kepada masyarakat sudah cukup efektif jika dilihat dari trend peningkatan dana yang telah tersalurkan. Strategi penyaluran produk suatu perbankan sangat penting dilakukan, termasuk melakukan segmentasi pasar dan pengenalan produk yang dimilikinya. Dengan strategi yang dibangun cukup efektif yaitu dengan melakukan penyeleksian terhadap nasabah yang akan diberikan kredit untuk menghindari kredit macet dari nasabah yang tidak dapat membayar kreditnya. Dengan demikian bank tersebut akan jauh dari resiko dan selalu memaksimalkan keuntungan yang semaksimal mungkin (Suputra dkk., 2014)

Untuk besaran alokasi dana yang akan disalurkan pada nasabahnya menurut hasil direktur utama BPRS dalam sebuah hasil wawancara yaitu:

“Jenis pembiayaan yang kami berikan pada nasabah terdiri dari dua unsur yakni kredit mitra karya dan mitra usaha. Nasabah Kredit mitra karya adalah dari kalangan pegawai dan dosen Universitas Muhammadiyah Ponorogo serta guru guru Muhammadiyah yang tersebar di wilayah Ponorogo. Sedangkan untuk nasabah mitra usaha adalah para pelaku usaha mikro atau industri rumah tangga. Kredit mitra karya lebih kecil risikonya jika dibanding dengan kredit mitra usaha sebagai akibat dari pendapatan yang tidak tetap dari para pelaku usaha”.

Dari gambar 4. dapat dilihat bahwa sejalan dengan peningkatan simpanan masyarakat, penyaluran dana pada masyarakat juga cenderung mengalami peningkatan sepanjang tahun dari Januari sampai Desember 2017. Hal ini merupakan trend yang baik terhadap keberlangsungan BPRS untuk jangka waktu yang panjang. Strategi yang dibangun untuk menyalurkan dana kepada masyarakat sudah cukup efektif jika dilihat dari trend peningkatan dana yang telah tersalurkan. Strategi penyaluran produk suatu perbankan sangat penting dilakukan, termasuk melakukan segmentasi pasar dan pengenalan produk yang dimilikinya.



Gambar 4. Rencana Penyaluran Dana
Sumber: data sekunder dari BPRS tahun 2017

Untuk menghindari adanya resiko besar, pada umumnya perbankan dalam memberika kredit pada pelaku usaha dilakukan seleksi yang sangat ketat yakni jenis usahannya, produk yang diperjual belikan sampai pada pendapatan yang diperoleh.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa: 1) BPRS dalam memasarkan produknya tidak terlepas dari perencanaan yang matang sampai pada strategi pemasaran. Sebagai tahap perencanaan, maka pihak BPRS melihat peluang pasar. Peluang pasar yang terbuka adalah melalui jaringan perserikatan Muhammadiyah antara lain Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Rumah Sakit Aisyiah dan sekolah-sekolah Muhammadiyah yang tersebar di wilayah Ponorogo. 2) Strategi pemasaran produk BPRS Mitra Mentari Sejahtera, baik menghimpun dana dan menyalurkannya kembali sebagai kredit sudah dilaksanakan secara efektif. Hal ini telah dibuktikan dari perencanaan yang disusun dalam pencapaian menghimpun dan menyalurkan dana pada masyarakat sebagai nasabahnya. Dana disalurkan pada karyawan dan dosen Universitas Muhammadiyah serta guru-guru SMA, SMP dan SD Muhammadiyah dan juga pelaku usaha.

Implikasi hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dalam mengembangkan usaha di bidang jasa keuangan/perbankan.

Strategi pemasaran produk yang tepat sasaran akan menentukan keberlanjutan usaha. Dengan strategi pemasaran produk yang baik akan membuka peluang pasar untuk memasarkan produknya. Peluang pasar yang tepat sasaran dapat digambarkan seberapa besar penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat yang selalu meningkat pada setiap bulannya.

6. Ucapan Terimakasih

Penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendukung selesainya penelitian ini.

7. Daftar Pustaka

- Bachtiar, W. (1997). *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos
- Bank Indonesia (2011), Statistik Perbankan Syariah. www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Pages/sps_Des_2011.aspx diakses 01 November 2017
- Bank Indonesia (2013), Statistik Perbankan Syariah. www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Pages/sps_des2013.aspx diakses 01 November 2017
- Bank Indonesia, (2013). SEKDA Provinsi Jawa Timur 2013.
- Dendawijaya, L. (2005). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia

- Hafidhuddin, (2003). *Manajemen syariah dalam praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2002), *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler Philip, (2007), *Manajemem Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Jilid I, Ed 8. Jakarta:FEUI
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*. Vol. 4 No. 1 Mei 2010, 43-57
- Moelong, Lexy J.; (2002) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung:Remaja Rosdakata
- Sinungan, Muchdarsyah. (2000). *Manajemen Dana Bank*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Suputra, Eka dkk, 2014. Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), Penyaluran Kredit, Dan Kredit Bermasalah Terhadap Profitabilitas Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kecamatan Karangasem. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen* (Volume 2 Tahun 2014)
- Taswan. 2006. *Manajemen Perbankan*. Yogyakarta: UPP STIM YPKP
- William, J. Stanton, (2006) *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa Wilhelmus W Bokowatun. Jakarta: Erlangga