

SKRIPSI

**STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT INDONESIA
DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF DI POLMAN**



OLEH

**MADINA
NIM: 18.2300.076**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

SKRIPSI

**STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT INDONESIA
DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF DI POLMAN**



OLEH

MADINA

NIM: 18.2300.076

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT INDONESIA
DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF DI POLMAN**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Program Studi
PERBANKAN SYARIAH**

Disusun dan diajukan oleh

**MADINA
NIM: 18.2300.076**

kepada

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

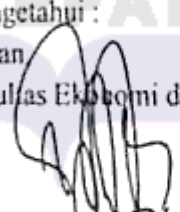
Judul Skripsi : Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Polman
Nama Mahasiswa : Madina
Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.076
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.2410/In.39.8/PP.00.9/7/2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd.
NIP : 19610320 199403 1 004
Pembimbing Pendamping : Rusnaena, M.Ag.
NIP : 19680295 2002 12 2 001



Mengetahui :
Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



Dr. Muzdahjah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Polman.

Nama Mahasiswa : Madina

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.076

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.2410/In.39.8/PP.00.9/7/2021

Tanggal Kelulusan : 13 Februari 2023

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd. (Ketua)

Rusnaena, M.Ag (Sekretaris)

Dr. Hannani, M.Ag (Anggota)

Dr. Arqam, M.Pd (Anggota)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag
NIP : 19710208 20012 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Segala puja dan puji syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Atas berkat dan rahmat serta hidayat-Nya. Tak lupa pulapenulis panjatkan Shalawat menyertai Salam kepada Baginda Nabiullah Muhammad Saw, Nabi sekaligus Rasul yang menjadi suri teladan bagi umat Manusia. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Polman” yang merupakan salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan studi dan juga memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi” pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare).

Penulis pastinya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak bisa terselesaikan tanpa adanya doa, bantuan serta dukungan dari banyak dari banyak pihak. Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepadkedua orang tua, suami serta kakak dan adik penulis yang tak henti hentinya sabar dan senantiasa berusaha agar kemudian penulis mampu menyelesaikan tugas akhir akademik.

Penulis tentunya mendapatkan bantuan dan bimbingan dari Bapak Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.selaku Dosen Pembimbing Utama dan juga Ibu Rusnaena, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Pendamping.

Selanjutnya penulis mengucapkan dan menyampaikan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah berdedikasi dalam mengelola IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.
3. Bapak I Nyoman Budiono, M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah .

4. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu penulis selama masa studi sebagai mahasiswa sampai pada kepeguruan berkas ujian penyelesaian studi. Serta Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh stafnya di IAIN Parepare.
5. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang telah memberikan penulis izin untuk penelitian.
6. Terima kasih kepada Bank Muamalat Indonesia cabang Polman yang telah menerima peneliti dengan sangat ramah dan terbuka dalam membantu peneliti melakukan penelitian.
7. Terima kasih kepada seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2018 terkhusus Almaifa Jamal, Tasmiah, Anjali Kamaluddin, Anisa Ahmuddin, Khusnul Khatimah, Wildani Bahri, Nurcahya Usman, Lisa Andriani, Ismayanti dan teman sekamar saya yaitu Gina Pratiwi yang telah banyak membantu penulis.

Alhamdulillah, penulis menyampaikan agar pembaca berkenan memberikan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan penyusunan skripsi yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Penulis

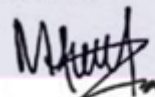


MADINA

NIM : 18.2300.076

Parepare, 01 September 2022
04 Safar 1444 H

Penulis



MADINA

NIM : 18.2300.076


PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

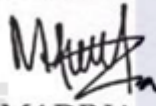
Nama : Madina
NIM : 18.2300.076
Tempat/Tgl. Lahir : Padang Mawalle/03/06/1998
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Polman

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian

Penulis menyatakan bahwa skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Penulis

MADINA
NIM : 18.2300.076

Parepare, 01 September 2022

Penulis

MADINA
NIM : 18.2300.076

ABSTRAK

Madina, *Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan kompetitif di Polman*. (dibimbing oleh Bapak Moh Yasin Soumena dan Ibu Rusnaena).

Penelitian ini membahas tentang Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Polman. Tujuan penelitian ini yaitu (1) mengetahui inovasi yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman. (2) mengetahui daya tanggap pelayanan yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif (3) mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif (4) mengetahui efisiensi yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi, yang dilakukan kepada pegawai Bank Muamalat Indonesia cabang Polman, dengan menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara, maka penulis bisa mendapatkan informasi yang akurat dan sesuai fakta berdasarkan objek penelitian yang dilakukan, Terkhusus untuk mengetahui strategi Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) inovasi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman yaitu penetrasi pasar, pengembangan produk yang kompetitif dan inovatif, peningkatan promosi dan sosialisasi terhadap produk secara efektif, peningkatan kerja sama dengan institusi. (2) sistem pelayanan nasabah atau daya tanggap pelayanan dibagi menjadi dua yaitu: sistem layanan standar SOP dan sistem layanan prioritas. (3) produk dan jasa yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia yaitu produk tabungan, produk muamalat prioritas terdiri tabungan IB hijrah muamalat prima, prima berhadiah, muamalat rencana, giro deposito KPR IB muamalat, pembiayaan. (4) efisiensi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman bisa dilihat dari jumlah karyawannya yang sesuai dengan posisi dan kebutuhan perusahaan, Bank Muamalat Indonesia menuntut karyawannya untuk produktif dan inovatif

Kata Kunci: Strategi, Bersaing, Bank Muamalat Indonesia

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	7
B. Tinjauan Teori.....	13
1. Pengertian Strategi.....	13
2. Keunggulan Bersaing/Kompetitif.....	22
3. Bank Muamalat Indonesia.....	27
C. Tinjauan Konseptual.....	37
D. Kerangka Fikir.....	39

BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan dan jenis Penelitian.....	41
1. Pendekatan Penelitian.....	41
2. Jenis penelitian.....	42
3. Lokasi dan waktu penelitian.....	42
4. Fokus Penelitian.....	42
5. Jenis dan Sumber Data.....	42
6. Tehnik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	43
7. Uji keabsahan Data.....	46
8. Tehnik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Hasil Penelitian.....	49
1. Inovasi Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.....	49
2. Daya tanggap pelayanan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.....	51
3. Produk dan jasa Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.....	53
4. Efisiensi Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.....	61
BAB V PENUTUP.....	64
A. Simpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	I
LAMPIRAN.....	V
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	XVII

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
2.1	Tinjauan Relevan Terdahulu	10
4.1	Jenis Produk dan Layanan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman	61



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Fikir	41



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampi.	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari IAIN Parepare	Lampiran
2	Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan terpadu Satu Pintu Kota Polman	Lampiran
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti	Lampiran
4	Pedoman Wawancara	Lampiran
5	Keterangan Wawancara	Lampiran
6	Dokumentasi	Lampiran
7	Riwayat Hidup	Lampiran



TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam hurufLatin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet ((dengan titik di bawah)
ع	'ain	·	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	·	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(·).

2. Vokal

a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

a. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupagabunganhuruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	fathah dan ya	Ai	a dan i
اُو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupaharkatdanhuruf, transliterasinya berupahuruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / آ	fathah dan alif	Ā	a dan garis di

	atau ya		atas
يَ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. *TaMarbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah[h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha(h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْقَادِسِيَّةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah(Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـَ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمَّ : *nu‘ima*

عُدُوْا : *aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dandidahului oleh huruf kasrah (عِي) maka ialitransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. KataSandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazimdigunakandalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fi rahmatillah*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: IbnuRusyd, Abūal-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid MuhammadIbnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	مکاندون
صهعی	=	وسلمعليهصلىالله

ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).

Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan katajuz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan suatu perusahaan di era globalisasi telah membuat berbagai industri perusahaan berlomba untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya. Kondisi inilah yang menuntut perusahaan untuk mampu menemukan berbagai strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Strategi bersaing yang diterapkan perusahaan berbeda beda bentuk strateginya tergantung potensi dari perusahaan tersebut untuk menjalankan bisnisnya. Perusahaan banyak dituntut untuk tanggap dan menyesuaikan diri dengan bentuk strategi persaingan dari *Competitor*, sehingga perusahaan dituntut untuk membuat suatu langkah strategi bersaing sebelum melakukan proses bisnisnya untuk mencapai keberhasilan dipasar.¹

Setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang produk maupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang ditengah kondisi pertumbuhan bisnis yang cukup tinggi. Tujuan tersebut dapat dicapai dengan usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan dengan cara mencari dan membina konsumen serta usaha menguasai pasar. Usaha tersebut tidak terlepas dari peranan bagian pemasaran perusahaan dalam melakukan strategi yang bagus untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran sehingga posisi perusahaan dapat dipertahankan sekaligus ditingkatkan.²Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing dengan cara mencari kesesuaian antara kekuatan kekuatan internal perusahaan dan kekuatan kekuatan eksternal, dimana bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi berbagai macam kemungkina³.Perusahaan menetapkan strategi harus melalui penyelarasan kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada

¹Meidi Wibowo, *Efesiensi Perusahaan Melalui Penerapan Manajemen Proses Bisnis*,(Jakarta:PT.Grasindo,2004),h.7

²Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis Edisi 9*, (Yogyakarta: BPFE,2008),h.66

³Hermansyah, *Pokok Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana 2009), h.1

dalam industri. Strategi merupakan suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi sehingga dapat menentukan strategi yang mampu menyesuaikan perusahaan dengan kondisi lingkungan. Penerapan strategi bersaing dengan tepat artinya sesuai dengan kondisi perusahaan dan lingkungan yang dihadapi sehingga menjadikan perusahaan dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Keunggulan bersaing suatu perusahaan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimiliki.⁴

Perusahaan dalam memilih strategi perlu menentukan posisinya dalam bisnis. Kombinasi antar produk yang ditawarkan serta persaingan seperti apa yang hendak disasar menjadi penting. Bila keunggulan bersaing yang dirumuskan dan dijalankan memiliki banyak kesamaan dengan pesaing maka strategi tersebut memiliki resiko tidak fokus sebab karakteristik suatu industri juga sangat mempengaruhi jenis strategi bersaing yang hendak dipilih, dalam menghadapi tekanan persaingan yang semakin besar dewasa ini, perusahaan perlu menyusun strategi bisnis yang merupakan rencana untuk membangun dan memperkuat posisi pesaing produk dan jasa dan pasar yang dilayani oleh perusahaan. Ada tiga tahap yang perlu dijalankan perusahaan dalam menyusun strategi bersaing yaitu, pertama perusahaan perlu memutuskan dimana perusahaan memiliki peluang terbaik untuk memenangkan persaingan. Kedua, perusahaan harus mengembangkan atribut produk dan jasa agar memiliki daya tarik yang kuat terhadap konsumen. Ketiga, perusahaan harus mampu menetralkan gerakan pesaing.⁵

Strategi bersaing memfokuskan pada rencana untuk bersaing dengan sukses dan memberikan nilai yang sangat bagus terhadap konsumen. Dalam kaitannya dengan target pasar serta membentuk keunggulan bersaing yang ingin dicapai perusahaan

⁴Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya Di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.33

⁵Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, (Jakarta: Kencana 2005), h.81

maka faktor-faktor dari strategi bersaing harus dimiliki oleh setiap perusahaan. Faktor strategi bersaing yang pertama adalah "Inovasi" merupakan sebuah pengenalan peralatan, sistem, hukum, produk atau jasa, teknologi proses produksi yang baru, sebuah struktur atau sistem yang baru, atau program perencanaan yang baru untuk diadopsi sebuah organisasi. Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dan menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Kedua yaitu "Daya Tanggap Pelayanan" yakni tentang bagaimana perusahaan memberikan layanan yang responsif terhadap semua keinginan dan kebutuhan pelanggan. Ketiga yaitu "produk dan jasa" adalah totalitas dari fitur-fitur atau karakteristik yang dimiliki oleh produk yang sanggup untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Terakhir yaitu "Efisiensi" yaitu bagaimana melakukan pekerjaan dengan tepat dan mampu menjalankan tugas dengan cermat dan berdaya guna.⁶

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.⁷ Pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan sehingga ketika membahas mengenai bank tidak pernah lepas dari uang. Lain hal dengan Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah dan unit usaha syariah yang menyebutkan bahwa perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk berkegiatan usaha sesuai dengan hukum Islam yang dalam pelaksanaannya tidak menggunakan bunga, spekulasi dan ketidakjelasan.⁸

⁶Ahmad Attamimi, *Strategi Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungon dalam menghadapi persaingan bisnis*, (Skripsi: IAIN Penyabungon), h.16-18

⁷Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 24.

⁸Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 1

Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank syariah pertama yang didirikan pada tahun 1991 yang resmi beroperasi tahun 1992. Bank syariah atau Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional produknya dikembangkan berlandaskan pada Al- Quran dan hadist Nabi Muhammad Saw, dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang memiliki usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan prinsip-prinsip agama Islam. Secara umum konsep perbankan syariah menawarkan sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam yang dengan perkembangannya memberikan pengaruh luas terhadap upaya perbaikan ekonomi umat dengan kesadaran baru untuk mengadopsi dan mengekspansi lembaga keuangan Islam.⁹ Melihat perkembangan perbankan syariah saat ini tentunya akan menimbulkan persaingan yang ketat dalam industri perbankan, dimana dalam hal ini perusahaan harus mampu menentukan target bisnisnya. Bank syariah tentu akan menjumpai tantangan dalam persaingan seperti kuantitas dan kualitas SDM yang belum memadai, jumlah kantor yang terbatas serta produk yang tidak variatif, belum optimalnya pelayanan yang diberikan, modal yang belum memadai serta rendahnya pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap konsep syariah. Banyaknya persaingan dalam industri perbankan menuntut agar tiap-tiap perusahaan memiliki strategi yang berbeda dengan perusahaan yang lain, apalagi pada industri perbankan syariah, selain bersaing dengan sesama bank syariah, industri perbankan syariah juga menghadapi persaingan dengan perbankan konvensional maupun lembaga keuangan lainnya.¹⁰

Tingkat persaingan di era ini tentunya semakin kompetitif, hal ini dikarenakan setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang jasa dan keuangan tentunya berusaha untuk dapat meningkatkan nilai dimata masyarakat. Perusahaan harus dapat bertahan

⁹Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada 2008), h;133

¹⁰Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2008), h.151

dan memenangkan persaingan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Demikian juga pada industri perbankan khususnya Bank Muamalat Indonesia cabang Polman. Bank Muamalat Indonesia cabang Polewali Mandar yang terletak di Jln. Jend.Sudirman no.91, kel.Sidodadi, kec.Wonomulyo, Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat Indonesia tentunya terlibat persaingan. Hal ini disebabkan jarak antara bank yang satu dengan bank yang lain juga saling berdekatan yang tentunya menimbulkan persaingan yang ketat, artinya Bank Muamalat Indonesia cabang Polman dengan bank bank yang lain berlomba lomba dalam memasarkan produknya, serta memperbaiki kualitas pelayanan yang merupakan salah satu faktor terpenting dalam keberhasilan suatu bank sebab strategi yang akurat dalam kualitas layanan adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing jika strategi tersebut direncanakan dan diimplementasikan dengan tepat. Kualitas produk dan layanan adalah kualitas yang diukur pada jasa perbankan. Demikian penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui strategi keunggulan bersaing yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia cabang Polman serta melihat apakah perlu pengembangan atau pembaruan strategi agar tetap mampu mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas yang merujuk pada pokok permasalahan, maka dari itu masalah yang menjadi fokus penelitian penulis adalah:

1. Bagaimana inovasi yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman?
2. Bagaimana daya tanggap pelayananyang diterapkan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman?
3. Bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di polman?
4. Bagaimana efisiensi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang menjadi titik fokus peneliti maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui inovasi yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.
2. Untuk mengetahui daya tanggap pelayanan yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.
3. Untuk mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.
4. Untuk mengetahui efisiensi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.

D. Kegunaan penelitian

Dari uraian tujuan penelitian di atas, sehingga penulis berharap penelitian ini dapat berguna dalam hal:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi para mahasiswa dan peneliti, utamanya yang berkaitan dengan strategi bersaing dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambahkan ilmu pengetahuan bagi peneliti khususnya. Bagi penulis penelitian ini bermanfaat sebagai bahan proses pembelajaran dan menambah wawasan ilmiah penulis dalam disiplin ilmu yang penulis tekuni. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya Bank Muamalat cabang Polman serta menambah khazanah ilmu pengetahuan bagi masyarakat dan akademisi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian terdahulu dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang hubungan topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya sehingga tidak terjadi pengulangan dan diharapkan mampu memberikan informasi atau ide terkait hal yang akan diteliti. Terkait dengan pembahasan mengenai strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia Cabang Polman dan sepanjang penulurusan referensi, peneliti menemukan beberapa penelitian yang sejenis tetapi memiliki objek kajian yang berbeda.

Defri Frasetiadi dengan judul penelitian “Strategi bersaing dalam mempertahankan nasabah di PT. Asuransi Bumi Putra Muda Bandar Lampung”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing di PT. Asuransi Bumi Putra Muda Bandar Lampung dalam membangun kepercayaan nasabah. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa PT. Asuransi bumi Putra Bandar Lampung harus lebih memperhatikan kondisi internal dan eksternal lingkungannya serta menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat terkhusus dibidang asuransi. Tujuan penelitian tersebut ialah untuk mengetahui berbagai strategi diharapkan memberikan kontribusi pemikiran yang mampu di implementasikan dengan baik sehingga menunjang keunggulan bersaing dalam mempertahankan nasabah di PT. Asuransi Bumi Putra Muda Bandar Lampung. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Defri Frasetiadi dengan yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada objek dan fokus penelitiannya. Penelitian Defri Frasetiadi fokus pada strategi bersaing dalam mempertahankan kepercayaan nasabah yang dilakukan di PT. Asuransi Bumi Putra muda Bandar Lampung.¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Irmayani dengan judul ”Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada toko buku Gramedia kota Mataram” .

¹¹Defri Frasetiadi, *Strategi Bersaing dalam Mempertahan Nasabah di PT. Bumi Putra Muda Badar Lampung*, (Skripsi: Universitas Islam Raden Intan Lampung, 2020), h.17

tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan pada toko Gramedia kota Mataram dalam meningkatkan penjualan serta mengetahui faktor pendukung dalam penghambat strategi pemasaran di toko buku Gramedia kota Mataram. Hasil dari penelitian skripsi ini adalah dengan mengetahui berbagai strategi diharapkan memberikan kontribusi pemikiran yang mampu di implementasikan dengan baik sehingga menunjang peningkatan penjualan pada toko buku Gramedia toko Mataram.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Reni Maulidia Rahmat dengan judul “Analisis strategi pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang paling tepat dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Koko jaya prima Makassar. Manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan khususnya bagi kebijaksanaan strategi pemasaran di masa yang akan datang. Perbedaan penelitian Reni Maulidia Rahmat dengan penelitian penulis adalah terletak pada objek dan tempat penelitian. Penelitian Reni Maulidia Rahmat objek penelitiannya berfokus pada penganalisaan strategi pemasaran produk dari PT. Jaya prima Makassar.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Hawani Fitrah dengan judul “Strategi bersaing dalam meningkatkan *market share* pada PT. Sinar Galesong Mandiri Makassar”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisa penerapan strategi bersaing yang diterapkan oleh PT. Sinar Galesong Mandiri Makassar dan meningkatkan *market share*. Manfaat penelitian ini secara teoritis adalah untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan serta memperkaya ilmu pemasaran pada khususnya dan manajemen pada umumnya. Manfaat penelitian Hawani Fitrih secara praktis adalah sebagai bahan pertimbangan PT. Sinar Galesong Mandiri Makassar dalam meningkatkan *market share* melalui strategi bersaing dengan menggunakan

¹²Irmayani, *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Buku Ggramedia Kota Mataram*, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Mataram, 2020). h.90

¹³Reni Maulidia, *Analisis Strategi Pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar*, (Skripsi: Universitas Hasanuddin Makassar, 2012), h.71

analisis SWOT, kemudian sebagai bahan masukan yang patut untuk dipertimbangkan dalam melaksanakan strategi bersaing dalam peningkatan *market share*. Perbedaan penelitian Hawani Fitri dengan yang peneliti lakukan adalah terletak pada strategi yang digunakan, penelitian yang dilakukan Hawani Fitri menggunakan analisis SWOT dalam menemukan jawaban atas masalah yang ditemukan, sedangkan penelitian ini lebih menyoroti pada faktor strategi bersaing yang harus dimiliki setiap perusahaan. Perbedaan selanjutnya dapat dilihat dari objek penelitian antara penelitian Hawani Fitri dan yang dilakukan oleh peneliti, Hawani Fitri menjadikan PT. Galesong Mandiri Makassar sebagai objek penelitian sedangkan penelitian ini memilih Bank Muamalat Indonesia KCP Polman sebagai objek penelitian. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama menyoroti strategi bersaing sebagai bahan kajian penelitian.¹⁴

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan antara hasil penelitian yang telah dilakukan dengan yang penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Adapun fokus penelitian yang akan dilakukan oleh Defri Frasetiadi adalah strategi bersaing dengan menjadikan PT. Asuransi sebagai objek penelitiannya. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Irmayani terkait dengan analisis strategi pemasaran serta berfokus pada peningkatan penjualan buku dan menjadikan Gramedia kota Mataram sebagai Objek Penelitiannya. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Reni Maulidia Rahmat terkait penganalisaan terhadap strategi pemasaran yang menjadikan PT. Koko Jaya Prima Makassar sebagai Objek penelitiannya. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang paling layak digunakan serta efektif bagi PT. Koko Jaya Prima Makassar. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh calon peneliti berfokus pada strategi bersaing untuk meningkatkan keunggulan Kompetitif dengan menjadikan Bank Muamalat Cabang Polman Sebagai objek penelitian.

¹⁴Hawani Fitri, Skripsi: *Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Market Share PT. Galesong Mandiri Makassar*, Makassar, 2018, h.33

NO	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Strategi bersaing dalam mempertahankan nasabah di PT. Asuransi Bumi Putra Muda Bandar Lampung.	Menggunakan metode kualitatif deskriptif.	<p>Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa PT. Asuransi bumi Putra Bandar Lampung harus lebih memperhatikan kondisi internal dan eksternal lingkungannya serta menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat terkhusus dibidang asuransi. Dalam bersaing PT. Asuransi Bumi Putra Muda Bandar Lampung menetapkan harga produk yang dikeluarkan masuk akal atau tidaklah mahal sehingga terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. Persaingan yang dilakukan PT. Asuransi Bumi Putra Muda Bandar Lampung cukup berhasil dilihat dari kerja sama PT, Asuransi Bumi Putra Muda Bandar Lampung dengan sekolah sekolah yang ada di provinsi</p>

			Lampung.
2.	Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada toko buku Gramedia kota Mataram.	Menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian ini adalah Toko Buku Gramedia Kota Mataram menerapkan strategi yang baik dalam mempertahankan bisnisnya. Seperti jaringan yang luas dan nyaman, kualitas buku yang baik dan lain sebagainya yang ada pada Gramedia Toko Buku Kota Mataram. Sedangkan faktor pendukung pemasarannya adalah manajemen yang baik, pelayanan yang maksimal dan karyawan yang brintegritas.
3.	Analisis strategi pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar.	Menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan beserta diagram cartesius dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama PT. Koko Jaya Prima adalah strategi Growth (perkembangan) dimana PT. Koko Jaya Prima dapat mengembangkan dealer dan bengkelnya dengan cara

			<p>mengembangkan kemampuan tenaga kerja serta memanfaatkan promosi yang lebih baik. Berdasarkan matriks SWOT maka dapat disimpulkan beberapa pengembangan faktor internal dan eksternal perusahaan yang dapat bermanfaat bagi kemajuan PT. Koko Jaya Prima Makassar.</p>
4.	<p>Strategi bersaing dalam meningkatkan <i>market share</i> pada PT. Sinar Galesong Mandiri Makassar</p>	<p>Menggunakan metode kualitatif deskriptif.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi Bank Muamalat Indonesia memiliki eksistensi yang bagus yang dapat dilihat dari jejak awal berdiri hingga sekarang terus dapat tumbuh dengan baik. Sedangkan strategi yang dilakukan Bank Muamalat dalam mempertahankan eksistensinya adalah mengenalkan konsep perbankan syariah dan Bank Muamalat kepada generasi</p>

			muda. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan menggunakan media massa serta melakukan inovasi produk.
--	--	--	--

Tabel 2.1 Tinjauan Relevan

B. Tinjauan Teori

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari Bahasa Yunani *strategia* (*stratos*=militer dan *ag*=memimpin), yang artinya seni seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu. Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi operasi bisnis berskala besar yang menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.¹⁵ Strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal. Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua prespektif yang berbeda: dari prespektif apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari prespektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi. Prespektif pertama strategi adalah sebuah program yang luas untuk mendefinisikan dalam mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya. Kata program dalam defenisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif, yang disadari dan yang rasional yang dimainkan oleh manajer dalam merumuskan trategi perusahaan. Prespektif kedua strategi adalah pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu, dalam defenisi ini setiap organisasi

¹⁵Laksmi Dewi dan Masitoh, *Strategi Pembelajaran*, (Jakarta:DEPAG RI,2009) h.3

mempunyai suatu strategi walaupun tidak harus selalu efektif sekalipun strategi itu tidak pernah dirumuskan secara eksplisit.

Strategi merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.Strategi dalam dunia bisnis sangatlah dibutuhkan untuk mencapai visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Gerald Michaelson bahwa strategi adalah suatu rencana yang akan diterapkan dengan melakukan berbagai hal yang tetap.¹⁶ Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategi dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada.

Strategi dalam pengertiannya seringkali terkandung perencanaan yang merupakan proses yang berlangsung secara terus menerus dalam suatu perusahaan. Strategi perusahaan dari setiap perusahaan merupakan rencana yang menyeluruh dimana perusahaan berharap mencapai sasaran yang telah ditentukan, yang pada akhirnya untuk merealisasikan tujuan dari perusahaan yang bersangkutan.Menurut Sofjan Assauri menyatakan bahwa penyusunan strategi pada dasarnya berkaitan dengan penetapan keputusan yang harus diambil dalam menghadapi para pesaing di dalam lingkungan kehidupan yang saling memiliki ketergantungan, sehingga perlu ada kegiatan yang diarahkan terutama dalam memperkirakan perilaku satu dengan yang lainnya.¹⁷ Strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan eksternal, perumusan

¹⁶Geral A.Michaelson dan Steven W. Michaelson,*Strategi Usaha Penjualan*, (Batam:Karisma publishing Group, 2004),h.8

¹⁷Sofjan Assauri, *Strategi Marketing*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013),h.75

kebijakan dan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Secara khusus suatu strategi menentukan rumusan tentang apa yang ingin dicapai, dimana arena yang difokuskan terkait dengan industri dan produk pasar serta bagaimana pelaksanaannya yang berkaitan dengan penggunaan sumber sumber daya dan kegiatan pengalokasiannya untuk setiap produk pasar yang dapat memenuhi peluang lingkungan dan sekaligus dapat menghasilkan keunggulan bersaing.

a. Macam macam strategi

- 1) Strategi Diversifikasi merupakan strategi yang paling tepat digunakan bila peluang yang baik dapat diperoleh dari luar kegiatan usaha yang ada sekarang, peluang dimana industri yang bersangkutan berdaya tarik tinggi dan perusahaan mempunyai bauran kekuatan bisnis yang diperlukan untuk dapat berhasil. Secara umum, diversifikasi merupakan perluasan bisnis untuk melakukan ekspansi serta meminimalisasi resiko kerugian. Diversifikasi adalah peluang keuntungan dari suatu produk atau jasa lainnya. Penggambarannya adalah jika suatu perusahaan mengalami penurunan pendapatan dari penjualan salah satu barangnya atau jasanya, perusahaan masih bisa mendapatkan profit dari produk atau jasa lainnya. Tujuan dari diversifikasi adalah meningkatkan profit, perluasan *market share*, mencegah kebosanan masyarakat atas suatu baran, personalisasi produk yang sesuai dengan karakteristik target pasar serta membantu mengalahkan kompetitor¹⁸
- 2) Strategi Korporasi merupakan perencanaan jangka panjang secara menyeluruh mengenai bisnis apa yang hendak dibuat oleh perusahaan yang mempunyai beragam bisnis dan apa yang diinginkan dalam bisnis tersebut sebagai bagian dari korporat serta bagaimana cara perusahaan menciptakan nilai kongfigurasi dan kordinasi dari aktivitas multi bisnis pada multi

¹⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 1989), h. 64.

pasarnya. Strategi korporasi pada dasarnya mempunyai dua fokus strategi yaitu menspesifikkan industri dimana divisi bisnis dan organisasi perusahaan akan bersaing pengalokasian sumber sumber daya perusahaan untuk divisi bisnis itu. Strategi korporasi membuat bidang yang luas dengan keputusan keputusan pendanaan untuk selalu portofolio dari unit unit bisnisnya. Strategi korporasi organisasi perusahaan akan lebih dapat menentukan arah untuk jenis jenis pesaing mana yang akan siap dihadapi oleh divisi bisnis dan sumber sumber daya yang tersedia untuk menghadapi persaingan. Upaya dalam mengembangkan dan pemeliharaan unggulan yang terdapat pada tingkat korporasi haruslah difokuskan pada upaya menghasilkan sumber sumber daya manusia yang superior, keuangan dan sumber sumber daya teknologi serta rancangan selektif dan struktur dan proses organisasi, dan upaya melakukan sinergitas antar berbagai bisnis perusahaan. Sinergi pada dasarnya dapat memberikan keunggulan bersaing untuk suatu perusahaan yang mempunyai bisnis yang terkait dengan berbagai investasi riset dan pengembangan, teknologi produksi dan produk, saluran dan jaringan distribusi serta tenaga penjualan dan promosi bersama.¹⁹

- 3) Strategi Tingkat Bisnis yaitu strategi yang dirumuskan dan dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis yang diharapkan oleh suatu perusahaan, tujuan bisnis perusahaan pada umumnya adalah untuk dapat berperan secara domain dalam posisi persaingan perusahaan di pasar. Strategi tingkat bisnis merupakan keputusan untuk mengarahkan agar bisnis perusahaan dapat dipertahankan dan ditingkatkan posisi bersaingnya. Upaya ini dilakukan dengan terus melaksanakan perbaikan efisiensi dan mengembangkan teknologi yang digunakan dalam operasi agar dapat mencapai biaya rendah dan harga murah. Unit bisnis bersaing dengan industri merupakan fokus dari

¹⁹Sofjan Assauri, *Strategi Marketing*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), h. 78-80.

- strategi tingkat bisnis. Masalah utama dalam suatu strategi tingkat bisnis adalah menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.²⁰
- 4) Strategi Fungsional dalam Bidang Pemasaran merupakan strategi yang berorientasi pada operasional dalam kegiatan bagi pencapaian tujuan dan sasaran bisnis suatu perusahaan. Strategi fungsional ini dikordinasikan oleh strategi tingkat bisnis, strategi fungsional merupakan strategi bisnis yang terdapat dalam beberapa bidang seperti bidang teknologi, hubungan manusia, riset dan pengembangan serta pemasaran. Fokus utama strategi fungsional pemasaran yaitu untuk mengalokasikan secara efektif dan mengkoordinasikan sumber sumbe daya pemasaran dan kegiatan kegiatan yang diarahkan untuk pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan dalam suatu produk pasar tertentu.²¹
- 5) Strategi Konsentrasi atau Penetrasi pasar yaitu jenis strategi pertumbuhan dan merupakan strategi yang paling umum dijumpai pada berbagai perusahaan dimana perusahaan hanya memfokuskan pada satu bagian bisnis utamanya dengan menonjolkan prinsip “melakukan satu hal dengan sangat baik”. Perusahaan dalam mencapai sasaran pertumbuhan melalui peningkatan level operasi dalam bisnis utamanya dengan tetap fokus pada bisnis nantinya. Strategi ini digunakan oleh perusahaan yang memiliki bisnis tunggal untuk mengejar pertumbuhannya. Fokus strategi konsentrasi adalah bagaimanameningkatkan pertumbuhan perusahaan dengan mengosentrasikan pada bisnis intinya. Strategi konsentrasi perusahaan tidak berarti hanya melakukan hal yang sama dengan cara yang sama dan terus menerus, namun mereka memiliki ragam pilihan tindakan strategis.²²

²⁰Ahmad Muta'afif, *Analisis Strategi Persaingan dan Sistem Penjualan Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Perusahaan Putra Perkasa Kudus*, (Skripsi, Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, 2017), h.14

²¹Philip Kolter dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2009), h.42

²²Ros Yanti, *Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai pada Kantor Kementerian Agama Kota Parepare*, Parepare, IAIN PARE, 2020, h.21

- 6) Strategi Pengembangan Pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun di wilayah area geografis pasar yang baru. Perusahaan berusaha mengembangkan perusahaan dengan cara memperluas pasar dan memasuki pasar baru dengan menggunakan produk atau jasa yang saat ini dimiliki. Pengembangan pasar merupakan sebuah usaha yang dilakukan dalam meningkatkan penjual dari hasil produk yang dihasilkan. Perusahaan mencari segmen pasar baru untuk produk tersebut. Kegiatan ini merupakan salah satu alternative untuk meningkatkan perusahaan.
- 7) Strategi Pengembangan Produk Perusahaan yang menggunakan pilihan pengembangan produk secara substansial untuk menarik pelanggan dipasar yang telah ada maupun yang dimiliki oleh pesaing. Pengembangan produk bukan sekedar perubahan tampilan, tetapi menyangkut fitur, karakter, ciri serta atribut produk. Pengembangan produk adalah suatu strategi, proses dan inovasi dari produsen untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas dari produk yang sudah ada untuk dipasarkan. Pengembangan produk ini dilakukan supaya produk yang dihasilkan mendapatkan nilai lebih dimata masyarakat. Pengembangan produk adalah suatu keharusan untuk dilakukan agar produk tidak berhenti selama masih ada pesaing pasar dan tidak tertinggal dari kompetitor. Tujuan pengembangan produk yaitu;
- a) Memenuhi kebutuhan baru serta menguatkan reputasi perusahaan dengan menawarkan produk yang lebih baru yang lebihbaik dari sebelumnya.
 - b) Mempertahankan daya saing dengan menawarkan produk yang menawarkan kepuasan baru, bentuknya bisa dalam hal penambahan produk atau memperbaiki produk yang sudah ada.
 - c) Memenuhi keinginan dari masyarakat.
 - d) Meningkatkan omzet penjualan.
 - e) Memaksimalkan sumber produksi.

- f) Persaingan ketat dengan produk serupa.
 - g) Meningkatkan keuntungan penjualan.
 - h) Memanfaatkan sisa-sisa bahan produksi.
 - i) Mencegah rasa bosan terhadap produk.
- 8) Strategi Inovasi merupakan strategi untuk meraih margin premium yang berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atas suatu produk atau jasa. Inovasi tersebut merupakan cara yang digunakan perusahaan untuk menciptakan sumber daya baru, memproduksi keunggulan kompetitif atau mendayagunakan sumber daya yang sudah ada dengan meningkatkan potensinya untuk menghasilkan keuntungan. Alasan utama yang mendasar diterapkannya strategi inovasi yaitu untuk menciptakan suatu daur hidup produk baru meskipun membuat asing produk yang sudah ada. Demikian strategi inovasi membuat berbeda dengan strategi pengembangan produk yang memperlama siklus hidup dari produk yang telah ada.²³
- b. Tahap tahap strategi
- 1) Perumusan

Menjelaskan tahap pertama dari bagian yang meliputi analisis lingkungan eksternal maupun internal. Penetapan visi dan misi, perencanaan dan tujuan strategi. Perumusan strategi bagian dari proses dalam menyusun langkah-langkah yang akan datang agar bisa membangun visi dan misinya dari perumusan tersebut dapat merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut.
 - 2) Pelaksanaan

Pelaksanaan strategi adalah tahap yang paling sulit dalam proses strategi, mengingat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan di lapangan dan tidak sesuai dengan perkiraan semula.²⁴

²³Anisah, *Strategi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan Produk Busana Muslim pasar Aceh*, h.9

²⁴Sondang, P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Prof PT Bumi Aksara, 2018), h.80

- 3) Evaluasi strategi, tahap ini adalah tahap akhir dari manajemen strategi. Tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi yaitu:
 - a) Mengkaji ulang faktor faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan.
 - b) Mengukur kinerja.
 - c) Melakukan tindakan tindakan korektif.

c. Peranan strategi

Dalam lingkup perusahaan strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi keberhasilan sebab meliputi tindakan dan koordinasi dalam mencapai tujuan. Strategi mencakup tiga peranan penting dalam mencapai tujuan yakni;

- 1) Strategi sebagai suatu pendukung untuk pengambilan keputusan
- 2) Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi
- 3) Strategi sebagai target

d. Prinsip- prinsip menyukseskan strategi

- 1) Strategi harus mempunyai konsistensi dengan lingkungan. Dalam hal pembuatan strategi hendaklah jangan bertentangan dengan arus perkembangan masyarakat.
- 2) Perusahaan jangan hanya membuat suatu strategi, keadaan tersebut tergantung pada ruang lingkup kegiatannya.
- 3) Strategi yang efektif memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tidak memisahkannya.
- 4) Strategi harusnya lebih memperhatikan pada sesuatu yang merupakan kekuatannya dan tidak hanya pada sesuatu haal yang justru adalah kelemahannya.
- 5) Sumber daya adalah sesuatu yang kritis.
- 6) Penyusunan suatu strategi juga harus mempertimbangkan resiko kecil agar nantinya tidak menjadi sebuah ancaman bagi perusahaan.

7) Strategi hendaknya di susun diatas landasan keberhasilan yang telah dicapai.²⁵

e. Tujuan tujuan strategi Perusahaan

Tujuan perusahaan merupakan hasil akhir dari rumusan strategi. Perusahaan mengembangkan strateginya dengan mencocokkan kompetensi intinya dengan perluasan industri. Strategi mendiskripsikan arah umum yang ingin dituju suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Tujuan perusahaan dipimpin oleh pimpinan manajemen puncak perusahaan yang bersangkutan.

1) Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah ratio ratio keuangan. Ratio keuangan profitabilitas mengukur eektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan.

2) Memaksimalkan nilai saham

Merupakan tujuan yang semestinya bagi sebuah perusahaan yang mencari laba. Memaksimalkan nilai pemegang saham yang mengacu pada harga pasar saham perusahaan, istilah “memaksimalkan” menyiratkan bahwa selalu ada cara untuk mendapatkan jumlah maksimum yang dihasilkan perusahaan.

3) Pendekatan banyak stekeholder

Pendekatan stekeholder, sebuah perusahaan bertanggung jawab pada banyak stakeholder yaitu:

- a) Pasar modal, dimana para pemegang saham publik merupakan konstitusi yang sangat penting.
- b) Pasar produk, dimana para konsumenlah yang menjadi kontituenya.

²⁵Sondang, P. Siagian, *Manajemen Stratejik*,(Jakarta: Prof PT Bumi Aksara, 2018),h.101

- c) Pasar faktor, dimana yang menjadi konstituen adalah pegawai dan pemasok perusahaan. Kekuasaan pegawai lebih penting daripada nilai pemegang saham.²⁶

2. Keunggulan Bersaing/Kompetitif

Istilah keunggulan bersaing (*competitif advantage*) secara tradisional telah digambarkan sebagai faktor atau kombinasi dari faktor faktor yang membuat suatu organisasi memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan organisasi lainnya dalam suatu industri atau pasar produk yang sama dalam suatu lingkungan perusahaan. Sesuai dengan definisi ini, kinerja yang lebih baik suatu organisasi disebabkan oleh adanya perbedaan dalam atribut atau faktor-faktor perusahaan yang memungkinkan perusahaan melayani pelanggan dengan lebih baik dari pada yang dilakukan perusahaan lain, sehingga menciptakan nilai pelanggan yang lebih baik pula dan mencapai kinerja unggul. Atribut atau faktor-faktor berupa lokasi yang unggul, dominasi ruang pasar, akses yang bersifat eksklusif, produk yang telah dikenal, keahlian karyawan, keterampilan serta efisiensi dalam menjalankan perusahaan. Semakin tinggi suatu perusahaan memiliki atribut dibandingkan dengan pesaingnya maka semakin besar keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan.²⁷

Setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu industri tentunya mempunyai strategi bersaing baik secara eksplisit ataupun implisit. Strategi tersebut mungkin telah dikembangkan eksplisit melalui proses perencanaan atau mungkin telah dikembangkan secara implisit melalui kegiatan kegiatan dari berbagai departemen fungsional suatu perusahaan. Strategi bersaing telah berkembang pesat meliputi berbagai aktivitas yang satu sama lain memiliki antar hubungan, yaitu hubungan antara aktivitas primer dan aktivitas penunjang. Suatu perusahaan, analisis rantai nilai dapat meliputi beberapa rantai nilai generik dimana masing masing rantai nilai tersebut dapat dikuasai oleh

²⁶Dian Puji Astuti, Skripsi: Strategi pemasaran dalam menarik minat Konsumen ditinjau dari etika Bisnis Islam, Lampung Timur, 2018, h.54

²⁷Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h.14

seorang manajer yang tentunya mempunyai kemampuan dalam melakukan strategi bisnis terhadap berbagai aktivitas yang terdapat dalam mata rantai nilai tersebut.²⁸

Keunggulan bersaing disebabkan pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk membuat peluang. Jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis, yaitu produk dengan harga tinggi atau produk dengan biaya rendah atau bukan kedua-duanya. Konsep pemasaran perusahaan akan memperoleh keunggulan bersaing dengan membuat penawaran yang memuaskan kebutuhan pelanggan sasaran yang lebih baik dari apa yang ditawarkan oleh pesaing. Ia harus dapat menyerahkan nilai lebih kepada pelanggan dengan memberi harga lebih rendah atau manfaat yang lebih membenarkan harga yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing/ kompetitif adalah suatu manfaat yang ada ketika perusahaan mempunyai dan menghasilkan produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dari pada kompetitor, Dalam hal strategi bisnis, sangatlah diperlukan suatu keunggulan bersaing dari unit usaha yang kita dengan unit usaha pesaing, melakukan suatu yang lebih dari unit usaha pesaing. Keunggulan bersaing merupakan sebuah kebutuhan pesaing bagi kesuksesan jangka panjang dan kelangsungan hidup usaha, keunggulan bersaing juga merupakan keunggulan berdasarkan sifat hubungan persaingan sempurna, dengan berdasarkan pada basis komponen dan sumber daya yang sama diantara suatu organisasi dengan satu atau lebih organisasi lainnya.²⁹

Strategi Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi pasar. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai nilai atau manfaat yang diciptkan oleh perusahaan. Keunggulan bersaing

²⁸Hawani Fitrah, *Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Market Share pada PT. Sinar Galesong Mandiri Makassar*, Makassar, 2018, h.38

²⁹Triton, *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa dan Daya Saing*, (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2008),h.31

dapat dimiliki perusahaan apabila perusahaan mau dan sadar akan lingkungan perusahaan sekitar dan terus adaptasi dan motivasi mengenai kekuatan serta peluang yang ada. Saat perusahaan melakukan hal tersebut perusahaan akan mampu meminimalkan segala kelemahannya serta ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan, sehingga perusahaan memiliki daya saing daripada pesaing pesaing lainnya. Untuk dapat mengimplementasikan dan berhasil dalam persaingan, perusahaan tersebut dapat menggali strategi yang tepat guna memperoleh keunggulan kompetitifnya. Menggali strategi yang tepat tersebut, terdapat tanggung jawab yang sangat kritis yaitu bagaimana strategi pimpinan dalam strategi bersaingnya dan bagaimana upaya perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing, semua strategi yang dipilih perusahaan membutuhkan rencana operasi tertentu yang merinci lalu tindakan yang harus kita jalankan terkait strategi perusahaan. Taktik adalah jembatan yang menghubungkan perumusan strategi dengan implementasi strategi.³⁰

a. Cakupan strategi bersaing

Secara luas strategi bersaing mencakup sejumlah pendekatan diantaranya adalah:

- 1) Menempatkan perusahaan dalam posisi sedemikian hingga kemampuannya memberikan pertahanan yang terbaik untuk menghadapi persaingan yang ada.
- 2) Mempengaruhi kekuatan keseimbangan melalui gerakan strategis dengan memperbaiki posisi posisi relatif perusahaan.
- 3) Mengantisipasi pergeseran pada faktor faktor yang menjadi penyebab kekuatan persaingan dan menanggapi, sehingga memanfaatkan perubahan dengan memilih strategi yang cocok dengan keseimbangan persaingan yang baru sebelum pesaing menyadarinya. Pada dasarnya mengembangkan strategi bersaing adalah mengembangkan formula umum mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa seharusnya yang menjadi

³⁰Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 108

tujuannya serta kebijakan seperti apa yang diperlukan dalam mencapai tujuan tersebut.

b. Fungsi Strategi Bersaing

Strategi sebagai instrumen untuk mengembangkan perusahaan dan memantapkan posisinya dalam persaingan yang semakin ketat, merupakan bidang manajemen. Hal ini menekankan kepada tanggung jawab pimpinan untuk menerapkan tujuan yang jelas dalam mengoperasikan perusahaan, mengarahkan *internalstate* perusahaan dan memperhitungkan *external expectation* agar implementasi struktur kapabilitas dan rogram bisnis mencapai tujuan perusahaan.³¹ Berfikir strategis akan membawa cakrawala atau wawasan jauh kedepan untuk tidak terjebak pada suasana hari ini. Rencana jangka panjang sangat diperlukan sebagai barometer atau petunjuk arah aksi perusahaan yang dikaitkan dengan kemampuan serta peluang yang ada. Dalam perencanaan strategis juga ditetapkan acuan, standar atau tolok ukur strategis dan operasional bagi perjalanan perusahaan.³² Tolok ukur strategis yang bersifat kualitatif dan bersandarkan pada nilai utama yang dianut perusahaan. Pengembangan strategi yang merupakan basis keunggulan kompetitif meliputi strategi bisnis inti yaitu:

- 1) Tipe produk dan jasa yang ditawarkan, yaitu item item dalam satu lini produk yang memiliki bentuk tertentu dari banyak kemungkinan bentuk produk.
- 2) Tipe konsumen yang dilayani, yang terdiri dari konsumen baru, loyal, potensial, dan implusif.
- 3) Kondisi geografis, yaitu kondisi atau keadaan suatu wilayah dengan dilihat dari keadaannya yang berkaitan dengan aspek geografis.
- 4) Sumber sumber utama keunggulan kompetitif berkesinambungan.
- 5) Strategi fungsional bagi tiap tiap aktivitas yang memberikan nilai pentig.
- 6) *Competitive posture* yang mencakup seleksi pesaing.

³¹Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.58

³²Sondang, P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: Prof PT Bumi Aksara, 2018), h.127

c. Keahlian Penyusunan Strategi Bersaing

Agar dapat menyusun strategi yang konseptual maka penyusunan strategi dituntut memiliki keahlian sebagai penyusun strategi sebagai berikut.³³

- 1) Identifikasi adalah proses analisis yang penting. Identifikasi adalah proses analisis yang cermat untuk menjamin bahwa semua faktor yang telah mempengaruhi strategi telah dipertimbangkan. Lebih penting lagi, identifikasi menentukan parameter parameter untuk memulai analisis strateginya.
- 2) Prediksi khususnya terhadap peramalan strategi, memerlukan keahlian mempertimbangkan masa depan. Masa depan tidak dapat diidentifikasi tetapi harus diprediksi. Prediksi tidak semata mata didasarkan pada analisis obyektif tetapi juga memerlukan pertimbangan pertimbangan subyektif. Penyusunan strategi harus memperoleh cara untuk menanggapi perubahan lingkungan dengan mengantisipasi perubahan tersebut. Antisipasi tersebut memerlukan pertimbangan terhadap ketidakpastian dan prediktif yang sulit.
- 3) Inovasi memiliki makna proses mengadopsi "sesuatu" yang baru oleh siapapun. Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dan menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Inovasi merupakan sebuah pengenalan peralatan, sistem, hukum, produk atau jasa, teknologi proses produksi yang baru, sebuah struktur atau sistem yang baru, atau program perencanaan yang baru untuk diadopsi sebuah organisasi.³⁴

d. Jenis Jenis Strategi Bersaing

Ada dua faktor yang diperhitungkan perusahaan dalam menciptakan strategi bersaing yang tepat, pertama didasarkan pada keunggulan kompetitif perusahaan (biaya rendah atau diferensiasi) dan kedua didasarkan pada cakupan persaingan perusahaan dalam pasar yang luas maupun sempit. Empat jenis strategi bersaing berdasarkan pendekatan dari Miles dan Snow yakni sebagai berikut:

³³Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h.56

³⁴Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993), h.

- 1) Strategi prospektor yakni Strategi yang mengutamakan pada keberhasilan perusahaan dalam berinovasi. Kekuatan strategi ini terletak pada kemampuan perusahaan untuk melihat kondisi dan situasi lingkungan bisnis yang selalu berubah rubah serta kemampuannya untuk menciptakan produk dan jasa baru yang dapat mengimbangi perubahan lingkungan yang dinamis.
- 2) Strategi bertahan yakni Strategi yang mengutamakan stabilitas pasar yang menjadi targetnya. Stategi ini cocok untuk perusahaan yang sedikit lini produk dan pasar dan segmen pasar yang sempit.
- 3) Strategi penganalisis yakni Strategi yang mengutamakan pengalisan ide ide baru. Penganalisis akan memperhatikan strategi dari perusahaan prusahaan lain yang sudah lebih dahulu terjun dalam bisnis yang bersangkutan.
- 4) Strategi reaktor yakni Strategi yang mengutamakan reaksi terhadap perubahan lingkungan.³⁵

e. Manajemen strategi

Manajemen strategi merupakan kumpulan keputusan serta tindakanyang digunakan dalam penyusunan dan implementasi strategi, yang akan menghasilkan kesesuaian superior yang kompetitif.

3. Bank Muamalat Indonesia

a. Sejarah Bank Muamalat Indonesia

PT. Bank Muamalat Indonesia memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada tanggal 1 November 1991 atau 24 Rau'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendikiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Pada tanggal 1 Mei 1992 Bank Muamalat resmi beroperasi dan mulai berinovasi dengan mengeluarkan produk produk keungan syariah seperti asuransi syariah, Al-

³⁵Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 85

ijarah Indonesia Finance yang memberikan layanan pembiayaan syariah.³⁶ Visi Bank Muamalat Indonesia adalah menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional. Misinya adalah membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan. Nilai nilai korporat Bank Muamalat Indonesia sebagai cara kerja yang harus dilaksanakan oleh seluruh karyawan Bank Muamalat diyakini Indonesia yang mengantarkan Bank Muamalat Indonesia mencapai visi misinya. Nilai utama Bank Muamalat Indonesia adalah Islami, Modern, Profesional.

b. Produk Bank Muamalat Indonesia

1) Pembiayaan

a) Murabahah

Pembiayaan dengan akad murabahah pada bank adalah pembiayaan jual beli antara bank dan nasabah dimana bank menjadi pihak yang menyediakan barang dengan membeli barang/unit dengan kriteria dan spesifikasi. Setelah barang dibeli dan dimiliki bank maka bank akan memberikan pada nasabah dengan harga yang lebih menguntungkan dari transaksi murabahah. Pada Bank Muamalat Indonesia terdapat pembiayaan hanya dengan jenis produk KPR IB Muamalat, Pembiayaan IB Muamalat multiguna, pembiayaan investasi, pembiayaan modal kerja proyek, pembiayaan modal kerja kontruksi developer, pembiayaan buyer Financing.³⁷ Terdapat ayat jual beli didalam Al-Qur'an yaitu pada surah An- Nisa ayat 29;

³⁶Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.41

³⁷Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.42

$\exists \psi \gamma \boxed{?} \boxed{?} \rho \downarrow \approx \tau \boxed{?} \boxed{?} \parallel \notin \% \heartsuit ! \exists \# (\# \theta \odot \Psi \tau B \# u^{\text{TM}} \boxed{?} \omega (\#) \theta \setminus = \diamond 2 \uparrow \partial \sigma ?$
 $N^{\text{TM}} 3 \sigma 9 \equiv u \theta / B \rho \& M \diamond 6 o \Psi \mid \boxed{?} \tau / u \cong \notin \leftarrow \approx \tau 6 \uparrow 9 \exists \exists \in / H \omega \in) \beta \rho \&$
 $\boxed{?} \chi \theta^{\text{TM}} 3 \sigma ? \div o \tau \boxed{?} \approx \pi \gamma \notin B \quad \tau \odot < v \# \tau \boxed{?} \sigma ? \setminus N^{\text{TM}} 3 Z \notin \iota B 4 \boxed{?} \omega u \rho$
 $(\#) \theta \setminus = \mid \Phi) \sigma ? \setminus N^{\text{TM}} 3 \mid \Upsilon \diamond \boxed{?} P \rho \& 4 \blacklozenge \beta \in) \heartsuit ! \exists \# \tau \beta \% \xi . \setminus N^{\text{TM}} 3 \in /$
 $\exists \zeta \theta \boxed{?} \notin \mu u \boxed{?} \cap \notin \textcircled{R} u$

Terjemahnya:

Wahai orang-orang janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

b) Wakalah

Wakalah adalah akad pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain untuk tujuan tertentu yang disepakati kedua belah pihak. Nasabah bertindak sebagai penerima wakalah dari bank untuk mencari barang yang diinginkan oleh nasabah dalam pemenuhan akad jual beli antara nasabah dan bank. Secara singkat pembiayaan wakalah dikombinasikan dengan murabahah.³⁸ Landasan akad wakalah dalam Al-Qur'an terdapat pada surah Al-Kahfi ayat 19;

$\psi 7 \notin 9 \equiv \xi \boxed{?} \boxed{?} 2 u \rho \mid O \downarrow \gamma \approx o \Psi \mid \Omega \psi \setminus \tau / (\# \theta^{\text{TM}} 9 u^{\text{TM}} ! \exists \mid \Upsilon \tau \Gamma u \boxed{?} \notin 9$
 $\setminus N / \eta u Z \mid \boxed{?} \tau / 4 \tau A \exists \sigma \% \cdot \approx \subseteq \leftarrow ! \exists \sigma \% \setminus N \Sigma \kappa \mid \boxed{?} \notin \iota B \setminus N \boxed{?} 2 \mid O \mid \Phi \mid \in 6 \sigma 9 ($
 $(\# \theta^{\text{TM}} 9 \exists \sigma \% \exists u Z \mid \in 7 \sigma 9 \exists \bullet B \setminus \theta \tau \boxed{?} \mid \rho \rho \& u \wedge \setminus \tau / 5 \theta \setminus \theta \tau \boxed{?} 4 (\# \theta^{\text{TM}} 9 \exists \sigma \%$
 $\mid \odot \rho \& \exists \psi \theta \in / \mid O \mid \Phi \mid \in 6 \sigma 9 \quad \setminus N^{\text{TM}} 3 \boxed{?} / u \boxed{?} \Rightarrow O v =$
 $(\#) \theta \setminus (\Omega \psi \setminus) / \exists \exists \sigma \uparrow N \diamond 2 \psi \boxed{?} \psi \mu \rho \& \setminus N^{\text{TM}} 3 \notin \% \subseteq \boxed{?} u \theta \in / \boxed{?} \text{---} \subseteq v \supset \boxed{?} \approx \psi \delta$
 $\boxed{?} v < \in) \notin \pi o \Psi \boxed{?} \notin \boxed{?} \psi \theta / 9 \exists \# \setminus \boxed{?} \uparrow \diamond Z u \boxed{?} \mid = \sigma \uparrow ! \exists \pi \kappa \boxed{?} \boxed{?} \rho \& 4 \boxed{?} \xi . / \boxed{?} \rho \&$
 $\exists \Psi B \exists \psi \setminus \sigma \leftrightarrow N \diamond 6 \notin ? \uparrow \partial u \boxed{?} \mid = \sigma \mid 5 - / \boxed{?} \subseteq \boxed{?} \in / \mid \mu \mid \Psi \notin \iota B$
 $\mid \# \heartsuit \leftarrow v = \tau \Gamma u \boxed{?} / 9 u \rho \boxed{?} \omega u \rho \blacklozenge \beta \tau \boxed{?} \notin \setminus \mid \pm \mid \boxed{?} \setminus N \diamond 6 \in / \# \times \boxed{?} \psi \mu \rho \&$
 $\cap \supseteq \textcircled{R} u$

Terjemahnya:

dan Demikianlah Kami bangun mereka agar mereka saling bertanya di antara mereka sendiri. berkatalah salah seorang di antara mereka: sudah berapa lamakah kamu berada (disini?). mereka menjawab: "Kita berada (disini) sehari atau setengah hari". berkata (yang lain lagi): "Tuhan kamu lebih mengetahui berapa lamanya kamu berada (di sini). Maka suruhlah salah

³⁸Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008). h.104

seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah Dia Lihat manakah makanan yang lebih baik, Maka hendaklah ia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah ia Berlaku lemah-lembut dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seorangpun.

c) Istishna'

Adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang yang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual. Pembiayaan jual beli dengan akad istishna dimana nasabah melakukan pemesanan atas suatu barang kepada bank dengan menjelaskan spesifikasi dan jumlah. Setelahnya bank dan nasabah melakukan negoisasi sampai dengan tercapainya kesepakatan. Setelah disepakati bank membeli barang pesanan nasabah kepada supplier. Selanjutnya nasabah membayar kepada bank. Produsen mengirim barang sesuai pesanan ke nasabah dan produsen mengirim dokumen pembuatan dan pengiriman barang tersebut ke bank. Pada bank Muamalat terdapat pembiayaan istishna dengan jennis produk pembiayaan KPR IB Mauamalat Independent.³⁹

d) Ijarah

Ijarah adalah akad sewa menyewa antara pemilik obyek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya. Akad yang digunakan oleh nasabah untuk menggunakan jasa bank yang dimana bank mendapatkan ujarah dari penggunaan jasa tersebut. Akad ini dilakukan dengan cara nasabah melakukan pengadaia emas kepada bank, yang kemudian dilakukan akad ijarah antara nasabah dan bank. Selanjutnya nasabah menyerahkan emas sebagai Obyek gadai dan bank memberikan uang pinjaman gadai kepada nasabah. Nasabah mengembalikan uang gadai beserta uang sewa penyimpanan kepada bank dan bank mengembalikan barang gadai berupa emas kepada nasabah.

³⁹Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.99

Akad ijarah ini digunakan pada pembiayaan IB Muamalat Multiguna seperti save deposit box dan gadai.⁴⁰

e) Ijarah Muntahiyya Tamlik (IMBT)

Ijarah Muntahiyya Tamlik (IMBT) adalah akad sewa menyewa antara pemilik obyek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya dengan opsi perpindahan hak milik obyek sewa pada saat tertentu sesuai dengan akad sewa. Akad ini dilakukan dengan cara nasabah melakukan permohonan pembiayaan kepemilikan objek sewa kepada bank. Bank membeli objek sewa sesuai dengan pesanan nasabah kepada pihak pemilik obyek sewa. Setelah melakukan pembelian objek sewa bank menyewakan barang tersebut dengan akad ijarah dan janji hibah di akhir masa sewa kepada nasabah. Pada Bank Muamalat tersedia jenis produk IMBT pada segmen corporate.⁴¹

f) Musyarakah

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing masing pihak memberikan kontribusi dana atau modal dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Musyarakah pada bank adalah transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana untuk menjalankan usaha tertentu sesuai dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing masing. Pada Bank Muamalat terdapat pembiayaan musyarakah dengan jenis produk seperti pembiayaan modal kerja reguler, pembiayaan modal kerja proyek, pembiayaan rekening koran.⁴² Landasan akad musyarakah dalam Al-Qur'an terdapat pada surah An-Nisa ayat 12;

⁴⁰Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 101

⁴¹Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 103

⁴²Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 48

*)N∆6σ9υρ ↓# [I ≠P ∃τB ξ8τ[?]σ?)N∆6σ∅ ≡υρ/[?]ρ& βε) [O♥9
 ™3τ[?] ≤ ↓γ♥9 ∅∃σ!υρ 4 βε*σ]τβ∃[?]2 [?]∅↓γσ9 ∅∃σ!υρ
 ∅N∆6v=σ]↓||/[?]9∃# ∃≤∅≠B ζ]2τ[?]σ? 4 . ≠B ≠[?]||τ/
 7π♣[?]≠≠υρ [?]|| ≠≠∅∅[?] !∃ψγε/ |ρρ& &]|ψ[?]4 [?]∅↓γσ9υρ
 ↓||/[?]9∃# ∃≤∅≠B [O|Φ).τ[?]σ? βε))N♥9 ∆6τ[?])N™3♥9
 ∅[?]σ9υρ 4 βε*σ]τβ∃[?]2)N∆6σ9 ∅∃σ!υρ ≤ ↓γv=σ]
 ↓↓∅[?]9∃# ∃≤∅≠B ∧™]2τ[?]σ? 4 . ≠ιB ≠[?]||τ/7π♣[?]≠≠υρ
 [?]χ∅↓≠∅\? !∃ψγε/ |ρρ& &]|ψ[?]3 βε)υρ [?]χ%ξ. ·≅∅_υ[?]
 ↓↓υ[?]∅∅[?] ≈∅σ#≈v=[?]2 ⊆ρρ& ·op&τ[?]B∃# [?]...∅&σ!υρ
 [?]ρ& |ρρ& ·M |ζ[& υε≅™3ε=σ]7[?]≠v≡υρ ∃ψ∅↓γ |ψ ≠ιB
 ∅♦↓[?]9∃# 4 βε*σ](#|P% [?]2 υ[?]σψ]2ρ& ≠B ψ7≠9≡σ [?]
 |M↓γσ]∅™!% [?]2υ[?]∅° [?]ε]≠[?]Ω9∃# 4 . ≠B ≠[?]||τ/
 7π♣[?]≠≠υρ 4∅|≈∅∅[?] !∃πκ⊆5 |ρρ& A]|ψ[?] υ[?]) [?]ξ |
 9η[?]∃[?]∅∅B 4 Zπ♣[?]≠≠υρ ζ ≠ιB ↔!∃# 3 ♠!∃#υρ {O[?]ε=τ/
 ∅O[?]ε=ψμ ∩⊃ϕυ

Terjemahnya:

dan bagimu (suami-suami) seperdua dari harta yang ditinggalkan oleh isteri-isterimu, jika mereka tidak mempunyai anak. jika isteri-isterimu itu mempunyai anak, Maka kamu mendapat seperempat dari harta yang ditinggalkannya sesudah dipenuhi wasiat yang mereka buat atau (dan) sesudah dibayar hutangnya. Para isteri memperoleh seperempat harta yang kamu tinggalkan jika kamu tidak mempunyai anak. jika kamu mempunyai anak, Maka Para isteri memperoleh seperdelapan dari harta yang kamu tinggalkan sesudah dipenuhi wasiat yang kamu buat atau (dan) sesudah dibayar hutang-hutangmu. jika seseorang mati, baik laki-laki maupun perempuan yang tidak meninggalkan ayah dan tidak meninggalkan anak, tetapi mempunyai seorang saudara laki-laki (seibu saja) atau seorang saudara perempuan (seibu saja), Maka bagi masing-masing dari kedua jenis saudara itu seperenam harta. tetapi jika saudara-saudara seibu itu lebih dari seorang, Maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu, sesudah dipenuhi wasiat yang dibuat olehnya atau sesudah dibayar hutangnya dengan tidak memberi mudharat (kepada ahli waris), (Allah menetapkan yang demikian itu sebagai) syari'at yang benar-benar dari Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Penyantun. Memberi mudharat kepada waris itu ialah tindakan-tindakan seperti: a. Mewasiatkan lebih dari sepertiga harta pusaka. Berwasiat dengan maksud mengurangi harta warisan. Sekalipun kurang dari sepertiga bila ada niat mengurangi hak waris, juga tidak diperbolehkan.

g) Musyarakah Mutanaqisah

Musyarakah Mutanaqisah adalah pembiayaan musyarakah yang kepemilikan aset barang atau modal salah satu pihak berkurang

disebabkan pembelian secara bertahap oleh pihak lainnya. MMQ ialah akad kerja sama antara nasabah dan bank untuk melakukan pembiayaan KPR. Akad ini dilakukan dengan cara nasabah melakukan pengajuan pembiayaan KPR kepada bank dengan menggunakan akad MMQ. Nasabah dan bank melakukan akad MMQ dengan syarat porsi kepemilikan bank lebih besar. Nasabah dan bank selanjutnya menaruh modal sesuai dengan porsi yang disepakati. Pada Bank Muamalat Indonesia terdapat pembiayaan MMQ dengan jenis produk seperti pembiayaan KPR IB Muamalat ready, pembiayaan Refnancing Syariah dan lain lain.⁴³

h) Mudharabah Muqayyadah

Mudharabah Muqayyadah adalah satu akad kerja sama kemitraan antara penyedia dan usaha dengan pengelola dana usaha untuk memperoleh hasil usaha dengan pembagian hasil usaha sesuai porsi yang disepakati bersama pada awal. Pada Bank Muamalat Indonesia terdapat pembiayaan Mudharabah Muqayyadah dengan jenis produk seperti pembiayaan kepada lembaga keuangan syariah.⁴⁴

2) Penghimpunan Dana

a) Wadiah Yad Dhamanah

Wadiah Yad Dhamanah adalah penyerahan barang jaminan dari nasabah pemilik barang jaminan atas hutang kepada bank. Konsepnya nasabah membuka rekening dan menempatkan sejumlah dana pada bank dengan akad wadiah yad dhamanah dimana bank menerima titipan dana tersebut pada rekening nasabah dan menjamin bahwa dana tersebut akan aman dan dapat ditarik kapanpun oleh nasabah saat membutuhkannya. Pada Bank Muamalat Indonesia terdapat jenis produk seperti hijrah haji,

⁴³Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 49

⁴⁴Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 60

tabungan IB hijrah, tabunganku, tabungan IB hijrah rencana, tabungan IB hijrah prima dan tabungan IB hijrah simple.

b) Mudharabah Mutlaqah

Mudharabah Mutlaqah adalah suatu akad kerja sama kemitraan antara penyedia dana usaha dengan pengelola usaha. Konsepnya nasabah membuka rekening deposito dengan menempatkan sejumlah dana yang akan di investasikan dalam jangka waktu tertentu. Selanjutnya bank akan menyiapkan bilyet deposito, tertera dalam deposito tersebut nisbah bagi hasil antara nasabah dengan bank.⁴⁵

3) Jasa

a) Rahn

Rahn adalah penyerahan barang jaminan dari nasabah pemilik barang jaminan atas hutang kepada bank. Akad ini terdapat dalam produk gadai yang menggunakan ajkad ijarah sebagai akad utama dan akad rahn sebagai pelengkap, Pada Bank Muamalat akad rahn terdapat dalam jenis produk IB Muamalat.

b) Hawalah

Hawalah yakni pengalihan hutang dari nasabah yang berhutang kepada Bank (pihak yang menanggung) atas permintaan nasabah yang memiliki piutang dengan persetujuan para pihak. Landasan akad hawalah dalam Al Qur'an terdapat pada surah Al- Baqarah ayat 282;

$\exists \psi \gamma \left[\begin{array}{l} \text{?} \text{?} \rho \text{?} \downarrow \approx \tau \text{?} \text{?} \parallel \notin \% \heartsuit ! \exists \# (\#) \theta \odot Z \tau B \# u^{\text{TM}} \# \sigma \text{?} \in) \\ \wedge^{\text{TM}} \mid Z \tau \text{?} \# \psi \text{?} \sigma \text{?} A \mid \mid \psi \text{?} \in / \# \text{?} v < \epsilon) 9 \cong \psi \text{?} \rho \& \text{?} \omega K \mid Y \text{?} B \\ \mid v \theta \mid 7 \mid \Phi \mid 2 \exists \exists \sigma \mid 4 = \mid \Gamma \mid 3 u \text{?} \mid 9 u \rho \setminus N^{\text{TM}} 3 u Z \mid \text{?} \uparrow / 7 = \notin \text{?} \exists \text{?} 2 \\ \supset A \mid \text{?} \psi \cup 9 \exists \exists \in / 4 \text{?} \omega u \rho \zeta > \mid \text{?} \tau \text{?} \mid = \notin \text{?} \% \xi . \beta \rho \& \mid = \mid \Phi \mid 3 \tau \text{?} \\ \exists \psi \theta \text{?} 2 \mid \mu \psi \theta \downarrow = \tau \odot \spadesuit ! \exists \# 4 \mid = \mid \Gamma \mid 6 u \text{?} \mid = \sigma \mid \cup \cong \epsilon = \mid \theta \odot \text{?} \mid 9 u \rho \\ \text{?} \notin \% \heartsuit ! \exists \# \notin \mu \text{?} v = \tau \odot \text{?} , \psi \sigma \mid 9 \exists \# \cup , \uparrow \Gamma u \text{?} \mid 9 u \rho \heartsuit ! \exists \# \\ \dots \mid \mu \uparrow / u \text{?} \text{?} \omega u \rho \mid \spadesuit \psi \text{?} \setminus 7 \tau \text{?} \mid \mu \mid Z \notin B \exists . : \leftrightarrow \text{?} \xi \heartsuit 4 \beta \in * \sigma \mid \end{array} \right.$

⁴⁵Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.62

$\tau\beta\% \xi. \boxed{?} \notin \% \heartsuit ! \exists \# \notin \mu \boxed{?} v = \tau \odot \boxed{?}, \psi \sigma \downarrow \exists \# \exists \bullet \gamma \boxed{?} \notin \boxed{?} \psi \boxed{?} \mid \rho \rho \&$
 $\exists \div \boxed{?} \boxed{?} \notin \downarrow \supseteq \mid \rho \rho \& \boxed{?} \omega \downarrow \boxed{?} \notin \leftarrow \tau \Gamma \mid \Upsilon \circ \boxed{?} \beta \rho \& \blacklozenge \cong \notin \vartheta \odot \boxed{?} \cup \theta \delta$
 $\cong \epsilon = \mid \vartheta \odot \boxed{?} \mid = \sigma \mid \dots \mid \mu \boxed{?} \boxed{?} \notin \exists \cup \rho \supset A \mid \boxed{?} \psi \cup \exists \exists \in / 4$
 $(\# \rho \downarrow \boxed{?} \in \eta \mid \pm \tau \Phi \mid \boxed{?} \exists \# \cup \rho \cup \mid) \mid \psi \boxed{?} \boxed{?} \subseteq \kappa \psi \uparrow \notin B$
 $\setminus N \diamond 6 \notin 9 \% \psi \subseteq \eta \boxed{?} (\beta \in * \sigma \mid) \setminus N \heartsuit 9 \exists \tau P \theta^{\text{TM}} 3 \tau \boxed{?} \cup \mid \mid v = \odot _ _ \boxed{?}$
 $\cdot \cong \odot _ \tau \boxed{?} \sigma \mid \cup \beta \exists \sigma ? \rho \& \zeta \boxed{?} \Delta \exists \# \cup \rho \leq \vartheta \notin B \tau \beta \mid \theta \mid \supseteq \boxed{?} \sigma ? \zeta \notin B$
 $\notin^{\text{TM}} ! \# \psi \boxed{?} \pi \kappa \boxed{?} \partial 9 \exists \# \beta \rho \& \blacklozenge \cong \oplus \otimes \sigma ? \exists \psi \vartheta \downarrow \gamma \uparrow \psi \boxed{?} \mid v \in)$
 $\tau \boxed{?} \oplus \varepsilon 2 \xi \boxed{?} \Phi \sigma \mid \exists \psi \vartheta \downarrow \gamma \uparrow \psi \boxed{?} \mid v \in) 3 \boxed{?} \tau \boxed{?} \mid \zeta \Omega \{ \exists \# 4 \boxed{?} \omega \cup \rho$
 $\zeta > \mid \vartheta \tau \boxed{?} \otimes^{\text{TM}} ! \# \psi \boxed{?} \pi \kappa \boxed{?} \partial 9 \exists \# \# \sigma \boxed{?} \in) \exists \tau B (\# \theta \odot \odot \downarrow \boxed{?} 4 \boxed{?} \omega \cup \rho$
 $(\# \mid \theta \downarrow \vartheta \tau \leftrightarrow \mid \Upsilon \sigma ? \beta \rho \& \mid v \theta \mid \Gamma \mid \Phi \mid 3 \sigma ? \# \bullet \boxed{?} \boxed{?} \supset \mid \neq \mid \rho \rho \&$
 $\# \bullet \boxed{?} \boxed{?} \in 7 \boxed{?} 2 \# \boxed{?} v < \epsilon) - \notin \& \in \# \psi _ \rho \& 4 \setminus N^{\text{TM}} 3 \notin 9 \cong \sigma \boxed{?}$
 $^{\text{TM}} \uparrow \mid \Upsilon \mid \% \rho \& \psi \boxed{?} Z \notin \odot \leftrightarrow ! \exists \# \odot \Pi \cup \theta \mid \% \rho \& \cup \rho \subseteq \circ \psi \boxed{?} \approx \pi \kappa \div \neq \notin 9$
 $\# \boxed{?} \circ \tau \mid \boxed{?} \rho \& \cup \rho \boxed{?} \omega \rho \& (\# \mid \theta \mid / \exists \sigma ?) \boxed{?} \sigma ? (H \omega \in) \beta \rho \& \boxed{?} \chi \theta^{\text{TM}} 3 \sigma ?$
 $\div \circ \tau \boxed{?} \approx \psi \phi \notin ? Z \cup \boxed{?} \oplus \nabla \% \tau v \exists \psi \Upsilon P \rho \odot \boxed{?} \boxed{?} \notin \boxed{?} \setminus ? \setminus N \diamond 6 \circ \psi \mid \boxed{?} \tau /$
 $\} \clubsuit \boxed{?} v = \sigma \mid \setminus /^{\text{TM}} 3 \boxed{?} v = \tau \mid \setminus \psi \exists \cup Z \odot _ \boxed{?} \omega \rho \& \exists \psi \delta \theta \mid \Gamma \mid \Phi \mid 3 \sigma ? 3$
 $(\# \boxed{?} \rho \downarrow \boxed{?} \in \gamma \mid \heartsuit \rho \& \cup \rho \# \sigma \boxed{?} \in) \mid \bar{0} \mid \Phi \mid \setminus \tau \boxed{?} \exists \tau 6 \sigma ? 4 \boxed{?} \omega \cup \rho$
 $\clubsuit \boxed{?} ! \exists \boxed{?} \otimes \odot \boxed{?} \otimes = \notin ? \% \xi. \boxed{?} \omega \cup \rho \odot \boxed{?} \boxed{?} \in \gamma \xi \heartsuit 4 \beta \in) \cup \rho$
 $(\# \theta \setminus = \psi \cup \boxed{?} \sigma ? \dots \mid \mu \downarrow P \in * \sigma \mid 8 - \theta \uparrow \Upsilon \setminus \setminus) \setminus N \diamond 6 \in / 3 (\# \theta \diamond) \blacklozenge ? \exists \# \cup \rho \heartsuit ! \exists \#$
 $(\odot N \diamond 6 \downarrow \vartheta \notin \kappa = \psi \setminus \odot \boxed{?} \cup \rho \spadesuit ! \exists \# 3 \spadesuit ! \exists \# \cup \rho \cup \varepsilon \cong \diamond 6 \in / >^{\text{TM}} \mid \odot \xi \leftrightarrow$
 $\otimes \circ \boxed{?} \in = \tau \mid \cap \notin \nabla \zeta \cup$

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah [179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua oang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu

berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

c) Kafalah

Kafalah ialah pemberian jaminan yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang mempunyai piutang proyek apabila nasabah yang berhutang tidak mampu membayar kewajibannya. Akad ini yakni akad yang digunakan oleh perbankan sebagai kafil yang memberikan jaminan kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban nasabah yang ditanggung. Akad ini dilakukan dengan cara nasabah melakukan pengajuan untuk menggunakan produk kafalah kepada bank. Setelah itu nasabah melakukan pembelian barang tertentu yang terjamin oleh bank pada pihak ketiga. Akad ini terdapat pada produk Letter of Credit dan Bank Garansi.⁴⁶

d) Qardh

Qardh ialah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara peminjam dan pihak yang meminjamkan yang mewajibkan peminjaman melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu. Akad qardh tidak bisa berdiri sendiri akan tetapi dapat digunakan untuk melengkapi akad lain seperti wakalah bil ujah misalnya dalam pembiayaan talangan haji dimana dana tersebut digunakan untuk penalangan biaya haji yang harus lunas sebelum keberangkatan.⁴⁷ Bank melakukan akad qardh untuk enalangan tersebut dan nasabah membayar ujah untuk bank sebagai wakil yang membayar biaya dalam rangka memperoleh nomor porsi atau pelunasan BPIH. Akad ini terdapat dalam produk Pro Haj Al Ijarah Finance.

e) Sharf

⁴⁶Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.104

⁴⁷Wikipedia, *Bank Muamalat Indonesia*, (<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>), 30 Maret 2022, 13:40.

Sharf adalah kegiatan penjualan atau pembelian bank notes atau uang kertas asing (UKA) dan perjanjian jual beli/beli valuta asing secara tunai dengan penyerahan atau penyelesaian transaksi tidak lebih dari dua hari kerja. Akad ini digunakan pada bank dimana nasabah dan bank menyepakati untuk melakukan penukaran valuta asing. Misalnya nasabah mendatangi bank untuk membeli sejumlah real/dollar kepada bank, selanjutnya bank menyediakan mata uang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan harga yang disepakati pada hari itu dan bank melakukan penyerahan mata uang tersebut secara langsung atau paling lambat dua hari sesuai ketentuan yang berlaku. Pada Bank Muamalat terdapat jenis produk dengan akad tersebut yakni di IB Muamalat.⁴⁸

c. Standar layanan Bank Muamalat Indonesia

Secara umum standar layanan perbankan yang harus dipenuhi yaitu:

1) Standar penampilan layanan Bank Muamalat Indonesia

Standar penampilan dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada bank sehingga nasabah dapat terlayani dengan baik dan membuat nasabah puas. Standar penampilan petugas Bank Muamalat Indonesia meliputi standar dalam berpakaian dan penampilan fisik. Pelayanan prima diperlukan suatu standar bagi petugas maupun perusahaan. Standar penampilan petugas diperlukan guna membangun keyakinan bagi nasabah dan *image* positif bagi perusahaan, meningkatkan pelayanan dan menjaga kepuasan nasabah. Standar dapat diartikan sebagai suatu ukuran yang disepakati, sedangkan penampilan pribadi petugas mempunyai pengertian sebagai penampilan (*performance*) dan diri seseorang yang merupakan cerminan organisasi atau perusahaan yang dapat dilihat dan dirasakan

⁴⁸Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.105

oleh pihak lain. Secara umum penampilan prima yang dapat ditampilkan oleh pegawai Bank Muamalat Indonesia antara lain;⁴⁹

- a) Wajar yaitu bersikap ramah, disertai dengan intonasi suara yang baik.
 - b) Berpakaian rapi, serasi, dan bersih serta tidak menggunakan aksesoris yang berlebihan.
 - c) Selalu memberikan sambutan berupa senyum dan mengucapkan salam ketika bertemu dan berpisah dengan nasabah.
 - d) Selalu bersikap optimis dan tidak pesimis dan memerikan layanan yang optimal kepada nasabah.
 - e) Mendengarkan nasabah dengan baik.
 - f) Meningkatkan kedisiplinan pegawai.
- 2) Pengetahuan produk dan jasa bank
Pengetahuan atas produk dan jasa perbankan harus dikuasai secara menyeluruh, minimal sesuai dengan fungsi jabatan.
 - 3) Standar komunikasi dengan nasabah.
Komunikasi yang baik kepada nasabah dapat membangun kesan positif dari nasabah terhadap bank. Hal tersebut mampu menciptakan keuntungan bagi kelangsungan usaha bank. Salah satu aspek yang dikomunikasikan dengan baik kepada nasabah adalah terkait aspek perlindungan kepada nasabah yang terhubung dengan transparansi informasi produk bank.⁵⁰

C. Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul “Strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman” untuk lebih memahami dalam

⁴⁹Tika Nurhalimah,, *Strategi pembiayaan bank rakyat syariah metro madani kantor cabang unit dua terhadap kepuasan nasabah*.(Skripsi:IAIN METRO), 2018,h. 50

⁵⁰Abdullah, *Strategi Pelayanan Bank BNI dalam memberikan kepuasan nasabah*,2019, h.29

penelitian ini maka penulis memberikan penjelasan dari beberapa kata yang dianggap perlu agar mudah untuk dipahami.

1. Strategi Bersaing.

Menurut Michael E. Porter strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, arena fundamental dimana persaingan terjadi, dimana strategi bersaing menghubungkan perusahaan dan lingkungannya.⁵¹

2. Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia adalah Bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya. Didirikan pada tahun 1991 yang di prakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia. Mulai beroperasi pada tahun 1992, yang didukung oleh cendekiawan muslim dan pengusaha serta masyarakat luas. Pada tahun 1994, telah menjadi bank devisa. Produk dan pendanaan yang ada menggunakan prinsip wadiah dan mudharabah serta penanaman dananya menggunakan prinsip jual beli, bagi hasil dan sewa.⁵²

3. Keunggulan Kompetitif.

Robert Grant menyatakan definisi keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*) yakni ketika dua perusahaan bersaing pada pasar dan pelanggan yang sama. Satu perusahaan dinyatakan memiliki keunggulan bersaing atas perusahaan lainnya ketika perusahaan tersebut mendapatkan tingkat keuntungan dan memiliki potensi memperoleh laba lebih tinggi.⁵³

4. Polewali (Polewali Mandar)

Polewali mandar adalah salah satu daerah tingkat II di provinsi Sulawesi Barat, Indonesia yang berdiri pada tanggal 29 Desember 1959. Nama

⁵¹Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 16

⁵²Wikipedia, *Bank Muamalat Indonesia*, (<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>), 30 Maret 2022, 13:45.

⁵³Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strateg; Konsep dan Kasus* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h258

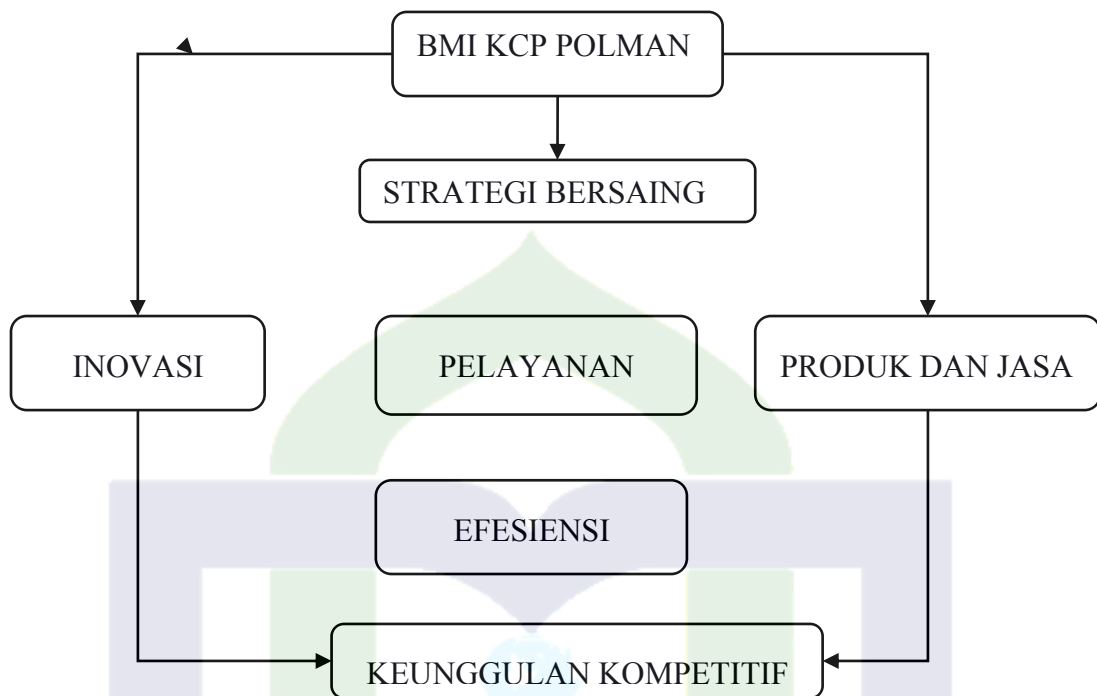
Polewali Mandar resmi digunakan dalam proses administrasi pemerintahan sejak tanggal 1 Januari 2006 setelah ditetapkan dalam bentuk PP. No.74 Tahun 2005 tentang perubahan nama Kabupaten Polewali Mamasa menjadi Polewali Mandar.⁵⁴

Berdasarkan penjelasan judul penelitian di atas maka yang di maksud dengan Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman adalah upaya pencarian akan posisi bersaing yang unggul atau menguntungkan bagi Bank Muamalat Indonesia cabang Polman

D. Kerangka Fikir

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul penelitian tentang” strategi Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman”.Bank Muamalat merupakan suatu lembaga keuangan syariah pertama sekaligus sebagai pelopor kemunculan perbankan syariah yang lainnya. Bank Muamalat didirikan pada 1 November 1991 dan mulai beroperasi pada 1 Mei 1992, Sehingga dalam mengembangkan bisnisnya Bank Muamalat Indonesia membuka cabang di berbagai daerah di Indonesia salah satunya daerah polewali Mandar (Polman), Sulawesi Barat Indonesia. Banyaknya lembaga keuangan lain yang bermunculan menambah panasnya daya saing sehingga penelitian ini dimaksudkan peneliti untuk mengetahui strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia cabang Polman untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Berikut merupakan kerangka fikir penelitian yang akan dilakukan penulis.

⁵⁴Muh. Ridwan Alimuddin, *Sandaqi Mandar*, Jakarta, 2012, h.21



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Fikir

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi IAIN Parepare tanpa mengabaikan buku buku metodologi lainnya. Metode penelitian dalam buku tersebut mencakup beberapa bagian, yakni pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data, tehnik pengumpulan data serta tehnik analisis data.⁵⁵

1. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yakni suatu penelitian yang bertujuan untuk menerangkan fenomena sosial atau peristiwa, sehingga penelitian ini termaksud dalam penelitian lapangan yakni meneliti peristiwa peristiwa yang ada di lapangan sebagaimana adanya. Penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang orang dan pelaku yang diamati.⁵⁶ Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk mengkaji hipotesis tertentu hipotesis tertentu, tetapi hanya untuk menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata atau lisan dari orang orang yang diamati, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik atau utuh sehingga dalam penelitian ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis, akan tetapi perlu memangdangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.⁵⁷

⁵⁵Tim Penyusun, *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, (Parepare: IAIN Parepare, 2020)

⁵⁶Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Karya, 2004), h. 3

⁵⁷Suharni Arikunto, *manajemen penelitian*, (Cet. 4, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), h.310

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan dimana hasil penelitiannya akan diambil berdasarkan dari hasil di lapangan. Penelitian lapangan diartikan sebagai metode untuk menemukan secara realistis yang tengah terjadi ditengah masyarakat.

3. Lokasi dan waktu penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkup wilayah Bank Muamalat Indonesia cabang Polman yang terletak di Jl. Jenderal Sudirman no.91, kel.Sidodadi, kec.Wonomulyo, kota Polewali Mandar. Peneliti memiliki lokasi BMI KC Polman disebabkan lokasinya yang strategis dan lebih muda untuk dijangkau.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan dalam waktu 1 bulan lamanya di sesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

4. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah suatu penentu arah dari penelitian yang akan dilakukan agar peneliti dapat terarah dengan benar dan hanya mencari informasi yang terkait dengan tujuan untuk menjawab permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini. Penelitian ini difokuskan pada “Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Polman dengan berfokus pada strategi bersaing yang digunakan.

5. Jenis dan Sumber Data

Pengelolaan data yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan melihat apa saja yang menjadi aspek-aspek penelitian. Data diperoleh dari hasil pengumpulan data baik wawancara, observasi, dan dokumentasi selanjutnya akan dianalisa, yaitu dengan menggambarkan dalam sebuah kata kata berdasarkan hasil yang diperoleh. Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak

memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai lapangan. “ Analisis data adalah sebuah pegangan bagi peneliti” dalam kenyataanya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data. Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan dipahami.⁵⁸Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

2. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono yakni sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵⁹ Sumber data primer Lofland, sumber data dalam penelitian kualitatif kata kata dan tindakan selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain sebagainya. Maka dari itu, dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer, didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan informan dari subjek penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data informasi ang dibutuhkan terkait dengan strategi bersaing yang diterapkan di BMI KCP Polman.

3. Data sekunder

Sugiyono mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder diperoleh atau dikumpulkan dari literatur, artikel, jurnal dan situs internet yang berkenaan dan memperkuat data primer yang ada.⁶⁰

6. Tehnik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Tehnik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah suatu proses pengumpulan data primer dan data sekunder dalam suatu penelitian dan merupakan bagian yang sangat penting dalam melakukan penelitian, sebab data yang dikumpulkan akan digunakan untuk

⁵⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*, (Cet. XIII: Bandung Alfabeta, 2011), h.29

⁵⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: PT. Alfabet, 2016), h. 255

⁶⁰Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Cet. I, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008),h. 169

pemecahan masalah yang akan di teliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu observasi atau pengamatan, wawancara serta dokumentasi.

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data secara pengamatan langsung dengan menggunakan penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan, atau kalau perlu dengan pengecap yang digunakan untuk menghitung data penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik observasi non partisipatif, dimana pada pelaksanaannya peneliti tidak terlibat langsung dengan aktivitas objek yang sedang diamati, dan hanya sebagai pengamat independen. Kegiatan observasi pada penelitian ini dilakukan di lokasi yang menjadi objek kajian pada penelitian ini.⁶¹

b. Interview (Wawancara)

Interview atau wawancara merupakan proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara seseorang yang berusaha menggali informasi dengan orang yang diwawancarai untuk mendapat informasi yang kongkrik terkait dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Pewawancara memberikan pertanyaan kepada informan namun dapat berkembang dan lebih bebas sesuai dengan situasi dan informasi yang dibutuhkan oleh informan. Wawancara semi terstruktur bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang di wawancarai dimintai pendapat dan ide-idenya.⁶² Penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung dengan informan, mengenai strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.

⁶¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h.225

⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 227

Adapun wawancara tersebut dilakukan dengan subjek penelitian yang berada di Bank Muamalat Indonesia di Polman.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film dan sebagainya. Dokumen menurut Sugiyono merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.⁶⁴ Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh dari objek penelitian yang diwawancarai berupa data, foto, *screenshot* atau segala bentuk dokumentasi yang merekam aktivitas di Bank Muamalat Indonesia di Polman.

2. Tehnik pengolahan data

Data yang diperoleh dilapangan diolah melalui tiga tahapan, penulis menggunakan tehnik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Editing, yaitu memeriksa kembali data data yang telah ditemukan dari kelengkapan, kejelasan makna, kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, relevansi dan keberagaman satuan atau kelompok data. Penulis memeriksa kembali data data yang diperoleh dari informan terkait strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia cabang Polman serta dari beberapa literatur buku sebagai bahan teori yang nantinya berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.
- b. *Analizing*, ialah proses pengumpulan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan

⁶⁴Triantono, *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi dan Tenaga Kependidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), h.262

langsung dilapangan atau oservasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan.⁶⁵

- c. Penemuan hasil riset yaitu memeriksa data yang ditemukan oleh peneliti yang diolah melalui dua tahapan utama yakni editing yang selanjutnya akan dilakukan analisa sehingga diperoleh kesimpulan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

7. Uji keabsahan Data

Keabsahan data ialah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan.⁶⁶Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap itu. Triangulasi juga diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya penelitimengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sebagai sumber data

8. Tehnik Analisis Data

Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitiandata dari hasil pengumpulan data yang sangat penting, karena data dari hasil pengumpulan data dengan analisis data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian yang mencapai tujuan akhir penelitian. Analisis data adalah suatu

⁶⁵Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1993), h 104-105

⁶⁶Muhamad Kamal Zubair, *et al., eds., Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h.23.

metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.⁶⁷ Pengelolaan data yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan melihat apa saja yang menjadi aspek-aspek penelitian. Data diperoleh dari hasil pengumpulan data baik wawancara, observasi, dan dokumentasi selanjutnya akan dianalisa, yaitu dengan menggambarkan dalam sebuah kata kata berdasarkan hasil yang diperoleh. Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai lapangan. “ Analisis data adalah sebuah pegangan bagi peneliti” dalam kenyataanya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data. Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan dipahami.⁶⁸ Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan dipahami. Adapun tahapan dalam analisis data yaitu:

a. Reduksi data

Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang pengalaman dan mempermudah penelitian untuk mencari data-data tersebut jika sewaktu-waktu diperlukan.

b. Penyajian (*Data display*)

Proses penyajian data dari keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi menjadi informasi yang tersusun. Dalam penelitian kualitatif,

⁶⁷ Edi Kusnadi, *Metodologi Penelitian*, (Aplikasi Praktis), (Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008), h. 122-123.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*, (Cet. XIII: Bandung Alfabeta, 2011), h.29

penyajian data dapat dilakukan dalam uraian naratif, bagan. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja penelitian sebelumnya⁶⁹

c. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Milles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁷⁰ Kesimpulan data penelitian kualitatif mungkin akan memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, akan tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti melakukan penelitian di lapangan. Kesimpulan dan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran mengenai suatu objek tertentu yang sebelumnya belum pasti sehingga setelah diteliti menjadi pasti, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif.⁷¹

⁶⁹Edi Kusnadi, *Metode Penelitian*, (Aplikasi Praktis), (Jakarta Timur Ramayana Pers: 2008), h 122-123

⁷⁰Sugianto, *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*, (Cet. XIII: Bandung Alfabeta, 2011), h.29

⁷¹Sugianto, *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*, (Cet. XIII: Bandung Alfabeta, 2011), h.29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Inovasi Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.

Inovasi adalah menemukan sesuatu hal yang baru atau melakukan berbagai pembaruan yang terbentuk dalam produk, ide, desain.⁷² Inovasi memiliki ciri ciri yaitu, “memiliki perencanaan” dimana untuk menciptakan inovasi perlu perencanaan yang jelas dan terstruktur.⁷³ Inovasi yang dibuat seorang inovator bisa mempengaruhi kehidupan dimasa depan. Maka dari itu, inovasi harus memiliki perencanaan yang matang, jangan sampai dilakukan secara tergesa gesa sehingga inovasi yang diciptakan malah tidak sesuai.⁷⁴ Selanjutnya yaitu “punya keunggulan” artinya inovasi yang diciptakan harus memiliki keunggulan dan keunikan daripada pesaingnya, sehingga inovasi yang memiliki ciri khas tersendiri. Selanjutnya “menciptakan hal baru” sebab inovasi adalah menemukan sesuatu hal yang baru dengan demikian inovasi yang diciptakan oleh seorang inovator belum pernah dibuat oleh siapapun. Selanjutnya yaitu “melakukan pengamatan” hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah inovasi yang dibuat dapat memberikan manfaat yang baik bagi masyarakat. Inovasi mencakup beberapa fitur yang harus dimiliki setiap perusahaan diantaranya adalah:

1. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah ukuran seberapa banyak produk atau layanan yang digunakan pelanggan dibandingkan dengan total perkiraan pasar untuk produk atau layanan tersebut. Penetrasi pasar digunakan untuk mengembangkan strategi yang digunakan demi meningkatkan pangsa pasar

⁷²Mizin Azrori, Skripsi: *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Jambi Zhorif di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang, Jambi*, 2018, h.29

⁷³Wawan Dhewanto, *Manajemen Inovasi Peluang Sukses menghadapi Perubahan*, Jakarta, 2015, h.49

⁷⁴Jimmy Lizardo dan Agus Samsuddin, *Inovasi Konsep, Manajemen dan Strategi*, Surabaya, 2013, h.88

produk atau layanan tertentu. Penetrasi pasar bias digunakan untuk menentukan besarnya pasar potensial, jika potensial pasar besar dapat mendorong suatu industri untuk mendapatkan pasar atau persentase dari total jumlah pelanggan potensial dalam industry tersebut. Penetrasi pasar digunakan untuk menilai industry secara keseluruhan untuk menentukan potensi perusahaan dalam industry tersebut untuk memperoleh pangsa pasar atau meningkatkan pendapatan melalui penjualan produk maupun jasa lainnya.

2. Promosi

Promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan dan menciptakan loyalitas. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk menggunakan produk maupun jasanya.

3. Sosialisasi

Secara umum, sosialisasi adalah suatu proses interkasi dan pembelajaran yang dilakukan seorang manusia sejak lahir hingga akhir hayatnya. Pengertian sosialisasi secara sempit, berarti sebuah proses pembelajaran dari manusia agar dapat mengenali lingkungan yang kelak yang akan ia hidupi baik lingkungan fisik maupun sosial budaya, dengan adanya proses sosialisasi maka seseorang bias mengetahui memahami sekaligus menjaalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing masing sesuai budaya masyarakat.

Berinovasi mengisyaratkan seseorang harus berkerja dan berusaha untuk kelangsungan dan kemajuan, hal ini sejalan dengan yang dijelaskan dalam QS. Ar-Ra'd, Ayat 11;

... | μσ9 · M≈τ7⊃ε)ψ(⊙B . ¯ειB ∪ ||τ/ €μ | [?]ψ [?]τ [?] | ¯εB ∪ ρ
 —€μ [?]]=ψζ ... | μτPθ↑∠ξ [?]τσ [?] | ¯εB ⊂ [?] Bρ & ↔!∃# 3 [?]χ€)

Serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu maupun organisasi dikatakan sebagai proses inovasi. Mulai dari standar atau adanya inovasi sampai menerapkan atau mengimplementasikan inovasi. Inovasi digambarkan sebagai proses siklus dan berlangsung secara terus menerus meliputi fase penghargaan, adopsi, difusi dan implementasi. Proses inovasi terdiri dari;

1. Mengeluarkan ide, meliputi penentuan rancangan teknis dan desain.
2. Resolusi masalah, meliputi pengambilan keputusan dan pemecahan masalah serta memecah ide kedalam komponen yang lebih kecil, menetapkan prioritas untuk setiap komponen atau elemen, membagi alternative masalah serta menilai desain alternatif menggunakan kriteria yang telah dipaparkan.⁷⁵

Berdasarkan beberapa pertanyaan yang diberikan kepada informan yaitu Pak Busman selaku Sub Branch Manager Bank Muamalat Indonesia KCP Polman terkait Strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia KCP Polman dengan indikator pertama yaitu inovasi maka diperoleh hasil wawancara sebagai berikut:

Inovasi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesian yaitu, pengembangan produk produk yang kompetitif dan inovatif, peningkatan promosi, dan sosialisasi secara efektif, peningkatan kerja sama dengan institusi islamic yang dinaungi oleh Muhammadiyah, NU, Wahda. Inovasi sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan Bank Muamalat Indonesia karna inovasi mencakup fitur fitur yang menjadi landasan utama beroperasinya Bank Muamalat.⁷⁶

Berdasarkan pendapat diatas, inovasi yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman yaitu dengan pengembangan produk produk yang kompetitif dan inovatif, peningkatan promosi, dan sosialisasi secara efektif, peningkatan kerja sama dengan institusi islamic yang dinaungi oleh Muhammadiyah, NU, Wahda. Inovasi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman jelas berpengaruh besar bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Polman dalam Meningkatkan keunggulan kompetitif,

⁷⁵Fatimah Imas, *Analisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UKM Duren kamu pasti kembali di kota Serang. Jurnal*. Vol.4 Tahun2018, h.3

⁷⁶Wawancara Kepada Bapak Busman, (Sub Branch Manager), wawancara di Polewali Mandar, 25 September 2022.

mengingat inovasi mencakup fitur-fitur yang harus dimiliki setiap perusahaan utama perbankan.

Adapun wawancara selanjutnya dengan Bapak Busman, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut;

Untuk mengetahui masalah kapan berinovasi hal ini dilakukan secara tidak menentu karena hal tersebut dilakukan ketika telah dilakukannya penetrasi pasar serta mengamati apa yang menjadi kebutuhan utama nasabah individu dan non individu.⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas, mengenai inovasi kapan dikeluarkan, hal demikian tidak menentu tetapi selalu mengikuti perkembangan zaman dan melihat kondisi pasar tentang bagaimana dan apa yang lebih dibutuhkan nasabah saat ini.

Inovasi yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman, berbanding lurus dengan pengertian dari strategi inovasi dimana merupakan strategi untuk meraih margin premium yang berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atas suatu produk atau jasa. Dikatakan bahwa strategi inovasi tersebut merupakan cara yang digunakan perusahaan untuk menciptakan sumber daya yang baru guna mencapai keunggulan kompetitif. Alasan utama yang mendasar digunakannya strategi inovasi yaitu menciptakan produk yang baru meskipun mengasingkan produk yang telah ada. Demikian strategi inovasi membuat perbedaan dengan strategi pengembangan produk yang memperlama siklus hidup dari produk yang telah ada.

B. Daya tanggap pelayanan Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.

Pelayanan didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Moenir mengatakan bahwa pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara

⁷⁷ Wawancara Kepada Bapak Busman, (Sub Branch Manager), Wawancara di Polewali Mandar, 25 September 2022.

langsung.⁷⁸ Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik, dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi bahkan melebihi harapan pihak yang menginginkan. Suatu perusahaan khususnya perbankan dikatakan berhasil apabila memenuhi standar pelayanan dan nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.⁷⁹ Sistem pelayanan yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Polman terbagi menjadi dua yaitu:

1. Sistem Layanan Standar (SOP)

Sistem layanan standar adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah dan teratur.

2. Sistem Layanan Prioritas

Layanan prioritas adalah layanan yang diminta langsung oleh nasabah kepada pihak bank dengan syarat syarat tertentu yang harus dipenuhi oleh nasabah. Syarat untuk menjadi nasabah prioritas adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki portofolio keuangan dengan nilai total minimal Rp. 500.000.000.
- b. Memiliki sumber dana atau aktivitas penggunaan dana yang memenuhi aspek KYC.
- c. Tidak berada dalam blacklist atau daftar hitam Bank Indonesia maupun bank yang berkaitan.
- d. Memiliki dana tersimpan yang bukan berasal dari dana pinjaman bank.
- e. Adanya sejumlah biaya admin diatas biaya rata rata tabungan lainnya tiap bulan.

⁷⁸A. Irwana, Skripsi: *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Di Makassar*, Makassar, 2017, h. 47

⁷⁹Atep Adya Barata, *Dasar Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2015), h. 67

- f. Memiliki rekam jejak yang baik sebagai nasabah tabungan perorangan bank maupun non perorangan.

Keberhasilan pelayanan tersebut dapat ditentukan oleh perilaku dan karakter para pegawai bank. Pada era sekarang ini pelayanan yang baik oleh pegawai bank sangatlah penting, mengingat persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis khususnya pada Bank Muamalat Indonesia KCP Polman. Pelayanan kepada nasabah merupakan rangkaian sikap dan perilaku pegawai bank dalam memberikan pelayanan yang baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun rangkaian pelayanan pegawai bank yaitu, adanya rangkaian kegiatan pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia KCP Polman yang baik berupa sikap dan perilaku, kemudian adanya komunikasi yang baik antara nasabah dengan pihak bank, adanya kegiatan yang bertujuan untuk membantu melayani dan memberikan kepuasan terhadap nasabah dalam memenuhi kebutuhan nasabah tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam QS. Ali-Imran ayat 159;

$$\exists \psi \theta \in \sigma \mid \tau \pi \psi \theta \mid \mu \cup \boxed{?} \zeta \bar{\epsilon} \iota B \leftrightarrow ! \exists \# \mid M Z \notin 9 \setminus N \downarrow \gamma \sigma 9 (\setminus) \theta \sigma 9 \cup \rho \mid M \Psi^{\text{TM}}.$$

$$\exists \boxed{?} \diamond \sigma \mid \xi \langle \boxed{?} \in = \xi (\supset = \mid = \sigma) / 9 \exists \# (\# \theta \boxed{?} \otimes \xi \boxed{?} P] \omega \mid \bar{\epsilon} B \psi 7 \notin 9 \setminus \theta \psi \mu ($$

$$\downarrow \# \mid \odot \exists \exists \sigma \mid \setminus N \Sigma \kappa \mid] \tau \odot \setminus \boxed{?} \notin \boxed{?} / \mid \tau \Gamma \mid \boxed{?} \exists \# \cup \rho \setminus N \mid \lambda \mu ;$$

$$\setminus N (\delta) \boxed{?} \subseteq \rho \exists \xi \heartsuit \cup \rho \boxed{?} \in \setminus \subseteq \boxed{?} \setminus \Delta \Phi \{ \exists \# (\# \sigma \boxed{?} \in * \sigma \mid \mid M / B \zeta \boxed{?} \tau \odot$$

$$\setminus \cong \heartsuit . \cup \theta \tau \Gamma \sigma \mid \boxed{?} v ? \tau \odot \leftrightarrow ! \exists \# 4 \blacklozenge \beta \in) \heartsuit ! \exists \# \boxed{?} = \notin \tau^{\text{TM}} \boxed{?}$$

$$\tau] , \in \# \notin \phi . \cup \theta \tau \Gamma \downarrow \cup / 9 \exists \# \cap \supseteq \in \otimes \cup$$

Terjemahannya;

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan suatu organisasi yang menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen atau nasabah dari suatu bank akan merasa nyaman dan puas sehingga memberikan dampak yang positif bagi kedua belah pihak, baik bank sebagai penyedia layanan dan nasabah sebagai penikmat layanan.

Adapun beberapa pertanyaan yang diberikan kepada pegawai Bank Muamalat Indonesia KCP Polman terkait pelayanan dalam menunjang strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia KCP Polman dalam hal ini Ibu Purwanidha selaku *customer service*, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut:

Sistem pelayanan nasabah di Bank Muamalat Indonesia dibagi menjadi dua yaitu: sistem layanan standar SOP dan sistem layanan prioritas. sistem layanan standar yaitu senyum, salam, tegur dan sapa. Contohnya nasabah datang ke Bank Muamalat Indonesia KCP Polman akan langsung disambut oleh satpam yang bertugas, disambut dengan senyum dan ucapan selamat pagi, kemudian akan langsung diarahkan untuk mengambil nomer antrian sesuai dengan maksud nasabah tersebut datang ke bank. Nasabah mengikuti arahan dan melanjutkan proses pelayanan kepada CS atau Teller yang bertugas, tentunya dengan pelayanan yang baik dan ramah kepada nasabah. Sistem layanan prioritas adalah layanan perbankan untuk nasabahnya yang menginginkan layanan prioritas, dengan persyaratan tertentu untuk dapat menjadi nasabah prioritas.⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara bahwa pelayanan yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman terbagi menjadi dua yaitu sistem layanan standar SOP dan sistem layanan prioritas.

Standar layanan perbankan menjadi sangat penting mengingat industri perbankan berkembang sangat pesat seiring dengan kebutuhan nasabah yang juga semakin meningkat dan kompleks serta membutuhkan standar penampilan, layanan, pengetahuan dan keterampilan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Polman.

Selanjutnya wawancara kembali dilanjutkan dengan Ibu Purwanidha sehingga diperoleh hasil wawancara sebagai berikut:

Tentunya sudah sangat sesuai karna mengikuti sistem layanan standar SOP perbankan dan telah sesuai dengan kode etik pegawai bank serta standar keterampilan pegawai bank yang umumnya harus dimiliki setiap banker.⁸¹

⁸⁰ Wawancara Kepada Ibu Purwanidha, (Costumer Service), wawancara di Polewali Mandar, pada Tanggal 26 September 2022.

⁸¹ Wawancara Kepada Ibu Purwanidha, (Costumer Service), wawancara di Polewali Mandar, pada Tanggal 26 September 2022.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa pelayanan yang diterapkan oleh segenap pegawai Bank Muamalat Indonesia KCP Polman sudah sangat tepat dan sesuai disebabkan telah mengikuti sistem layanan standar perbankan, kemudian para pegawai yang bertugas juga telah memenuhi kode etik serta kriteria dan skill yang dibutuhkan untuk menjadi seorang banker.

Pelayanan berbasis SOP (Standar operasional prosedur) pada Bank Muamalat Indonesia KCP Polman dengan sistem pelayanan yang sesuai dengan standar operasional prosedur dan fungsi sudah terealisasi dan berjalan dengan baik, sehingga bisa mengawasi kegiatan pelaksanaan terhadap *customer service*, *teller* dan satpam sehingga terlaksana kegiatan pelayanan dengan aman, lancar dan tertib.

Selanjutnya wawancara kembali dilanjutkan dengan hasil wawancara sebagai berikut;

Tingkat kepuasan nasabah dinilai dari kualitas layanan dan kualitas produk bank Bank Muamalat Indonesia, ketika itu berdampak baik bagi nasabah maka akan menghasilkan loyalitas yang tinggi pula.⁸²

Berdasarkan hasil wawancara bahwa mengenai kepuasan dan kenyamanan nasabah, hal tersebut dapat dilihat dari tingkat kualitas layanan serta produk yang ditawarkan kepada nasabah, jika hal tersebut berdampak baik bagi nasabah maka akan menghasilkan kelayakan nasabah yang tinggi serta pertumbuhan jumlah nasabah berikutnya.

Kepuasan nasabah merupakan tujuan utama dari suatu pelayanan perbankan utamanya Bank Muamalat Indonesia KCP Polman, sebab hal ini mempengaruhi nasabah untuk terus melakukan transaksi. Kepuasan nasabah sulit untuk diukur begitu saja sebab hanya nasabah yang dapat merasakannya. Pelayanan terhadap nasabah bank diistilahkan nasabah akan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginannya. Jasa pelayanan yang baik dan memuaskan sangat diharapkan oleh nasabah biasanya nasabah melakukan control kualitas pelayanan dengan

⁸²Wawancara Kepada Ibu Purwanidha, (Customer Service), wawancara di Polewali Mandar, pada Tanggal 26 September 2022.

membandingkan harapan dengan pengalaman yang mereka alami, untuk itu diperlukan sikap kehati-hatian dalam memberikan layanan agar tercipta kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, maka dapat penulis simpulkan bahwa pelayanan yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman sudah memenuhi standar pelayanan SOP dan layanan prioritas. Pelayanan yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia sudah memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi nasabah dilihat dari kelayakan nasabah dan angka pertumbuhan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Polman, sehingga hal demikian menjadi salah satu faktor penunjang keunggulan kompetitif Bank Muamalat Indonesia KCP Polman.⁸³

C. Produk dan jasa Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman.

Produk merupakan barang atau jasa yang diperjualbelikan, dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan. Kata produk sendiri berarti sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya.⁸⁴ Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan tersebut barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi ide. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Jasa memiliki karakteristik yang sangat mempengaruhi perencanaan program pemasarannya tersendiri.⁸⁵

⁸³Wawancara Kepada Ibu Purwanidha, (Customer Service), wawancara di Polewali Mandar, pada Tanggal 26 September 2022

⁸⁴Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Jakarta: Ekonosia, 2010), h. 44

⁸⁵Hana Catur Wahyuni, *Pengendalian Kualitas Industri Manufaktur dan Jasa*, (Sidoarjo: Umsida, 2021), h.29

Adapun beberapa pertanyaan yang diberikan kepada pegawai Bank Muamalat Indonesia KCP Polman yaitu Bapak Handoyo terkait produk dan jasa dalam menuunjang strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia KCP Polman, diperoleh hasil wawancara dalam bentuk tabel sebagai berikut:



PRODUK PRODUK DAN LAYANAN BANK MUAMALAT INDONESIA	
JENIS JENIS PRODUK	
1.	<p>Produk Tabungan</p> <p>b. Tabungan IB Hijrah Tabungan IB hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu Shar-E Debit yang berlogo visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi berbelanja di <i>merchant</i> lokal dan luar negeri.</p> <p>b. Tabungan IB Hijrah Haji Salah satu Bank penerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji, yang terdaftar di SISKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia.</p> <p>c. Tabungan IB Hijrah Valas Tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar dan Singapore Dollar yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD Yang diperuntukkan : Perorangan usia 18 tahun keatas dan intitusi yang memiliki legalitas badan.</p> <p>d. Tabunganku Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan.</p> <p>e. Tabungan IB Hijrah Rencana Tabungan IB Hijrah Rencana adalah solusi perencanaan keungan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan yang lebih baik sesuai prinsip syariah. Solusi perencanaan keungan syariah memerlukan keputusan perencanaan keungan yang dilakukan saat ini seperti perencanaan pendidikan, pernikahan, perjalanan ibadah, uang muka rumah, kendaraan, persiapan pensiun dan perpanjang STNK.</p>

	<p>f. Tabungan IB Hijrah Prima Tabungan IB Hijrah Prima adalah tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan. Tabungan IB Hijrah Prima dilengkapi dengan fasilitas Shar-E Debit Gold yang dapat digunakan diseluruh jaringan visa.</p>
	<p>g. Tabungan iB Sempel Tabungan Simpanan Pelajar (Sempel) IB adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong menabung sejak dini.</p>
<p>2.</p>	<p>Muamalat Prioritas</p> <p>c. Pengelolaan Uang Menawarkan beragam produk simpanan dan pembiayaan syariah sesuai kebutuhan nasabah;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tabungan IB Hijrah Muamalat Prima <ol style="list-style-type: none"> a) Simpanan dengan Bagi Hasil kompetitif dengan wadiah nisbah yang menguntungkan. b) Dilengkapi dengan kartu Shar-E Debit Prioritas untuk keleluasaan bertransaksi dan menawarkan berbagai keuntungan istimewa. c) Tersedia pilihan nomer rekening cantik. 2. Tabungan IB Hijrah Muamalat Prima Berhadiah Simpanan berjangka dengan benefit hadiah sesuai pilihan nasabah. 3. Tabungan IB Hijrah Muamalat Rencana Solusi perencanaan keuangan untuk mewujudkan rencana dimasa depan dengan lebih baik. 4. Giro IB Hijrah Muamalat Solusi transaksi keuangan yang memberikan ketenangan hati dalam bertransaksi. 5. Deposito IB Hijrah Muamalat <ol style="list-style-type: none"> a) Simpanan berjangka yang memberikan hasil optimal dan rasa aman. b) Tersedia pilihan jangka waktu dan mata uang (Rupiah atau US Dollar). 6. KPR IB Muamalat

	<ul style="list-style-type: none"> a) Fasilitas pembiayaan kepemilikan hunian dengan program Angsuran Super Ringan. b) Bebas biaya administrasi dan diskon 10 % biaya premi asuransi. <p>7. Pembiayaan IB Muamalat Modal Kerja Fasilitas pembiayaan usaha untuk pertumbuhan bisnis nasabah.</p> <p>8. Pembiayaan IB Muamalat Multiguna Fasilitas pembiayaan untuk berbagai kebutuhan nasabah.</p> <p>d. Pengelolaan Investasi dan Proteksi Menawarkan beragam produk untuk menumbuh kembangkan aset nasabah dan memberikan perlindungan yang menyeluruh.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Sukuk <ul style="list-style-type: none"> a) Surat berharga yang diterbitkan pemerintah berdasarkan prinsip syariah. b) Imbalan tetap dengan tingkat imbalan kompetitif dan dibayar setiap bulan. c) Likuid dan pajak lebih rendah. 2. Bancassurance Produk asuransi yang memberikan perlindungan dan sekaligus investasi syariah syariah jangka panjang. 3. Giro <ul style="list-style-type: none"> a) Giro IB Hijrah Attijary Produk giro berbasis akad wadiah yang kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah Non- Perorangan yang didukung oleh fasilitas Cash Manajemen. 4. Deposito <ul style="list-style-type: none"> a) Deposito IB Hijrah Deposito syariah dalam mata uang rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi anda. 5. Pembiayaan <ul style="list-style-type: none"> a) KPR IB Muamalat Produk pembiayaan yang akan membantu anda untuk memiliki rumah tinggal, rumah susun, apartemen dan condotel termasuk renovasi dan pembangunan serta pengalihan KPR dari bank lain dengan dua pilihan akad murabahah atau musyarakah. b) IB Muamalat Multiguna
--	---

	<p>IB Muamalat Multiguna merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan barang jasa konsumtif seperti bahan bangunan untuk renovasi rumah, kepemilikan sepeda motor, biaya pendidikan, biaya pernikahan dan perlengkapan rumah.</p> <p>c) Investasi Sukuk tabungan . transaksi suku tabungan saat ini dapat dilakukan melalui layanan internet Banking Muamalat.</p>
--	---

Tabel 4.1 Produk dan Layanan Bank Muamalat Indonesia.

“ Bank Muamalat juga memiliki serangkaian kegiatan usaha yang lain yaitu”:

- a. Melakukan kegiatan valuta asing berdasarkan prinsip syariah.
- b. Melakukan kegiatan pernyataan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah dengan syarat harus menarik kembali penyetorannya.
- c. Melakukan kegiatan penyertan modal pada Bank umum Syariah atau lembaga keuangan yang melakukan kegiatan berdasarkan prinsip syariah.
- d. Bertindak sebagai pendiri dan pengurus dana pensiun berdasarkan prinsip syariah.
- e. Melakukan kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan peraturan perundangan dibidang pasar modal.
- f. Produk bank berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan sarana elektronik.
- g. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank umum syariah lainnya dengan berdasarkan prinsip syariah.
- h. Menerbitkan, menawarkan dan memperdagangkan surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip, baik secara langsung atau tidak langsung , melalui pasar uang.
- i. Menerbitkan, menawarkan dan memperdagabgkan surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip syariah, baik secara langsung atau tidak langsung, melalui pasar modal.⁸⁶

Produk-produk dan jasa layanan yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia terdiri dari produk tabungan yang terdiri dari tabungan IB Hijrah, tabungan IB Hijrah Haji, tabungan IB Hujrah Valas, tabunganku, tabungan IB hijrah Rencana, tabungan

⁸⁶Wawancara kepada Bapak Busman (Sub Branch Manager), wawancara di Polewali Mandar, pada Tanggal 26 September 2022.

IB hijrah prima, tabungan IB simpel, kemudian produk muamalat prioritas yang terdiri dari tabungan IB hijrah muamalat prima, tabungan IB hijrah muamalat prima berhadiah, tabungan IB hijrah muamalat rencana, giro IB hijrah muamalat, deposito IB hijrah muamalat, KPR IB muamalat, pembiayaan IB muamalat modal kerja, investasi

Selanjutnya wawancara kembali dilanjutkan, Sehingga diperoleh hasil wawancara sebagai berikut;

Produk dan jasa yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman menyesuaikan dengan kantor pusat Bank Muamalat Indonesia, sejauh ini menurut saya (Handoyo) sudah sangat sesuai karna menyesuaikan dengan kebutuhan pasar.⁸⁷ Bank Muamalatkan Bank Syariah tertua di Indonesia, tentunya kualitas produk dan jasanya tidak perlumi lagi diragukan, tentunya setiap produknya berkualitas, apalagi kalau bank Syariah pasti mi naikuti ketentuan yang sudah ditetapkan.⁸⁸

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia sudah tidak dapat lagi diragukan kualitasnya, mengingat Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah pertama dan tertua di Indonesia, yang tentunya menawarkan produk yang halal sebab pada pengoperasiannya berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist. hal ini sejalan dengan firman Allah mengenai kualitas Produk dalam QS. Al-baqarah ayat 172;

$$\exists \psi \gamma \text{ [?] [?] } \rho \ominus \downarrow \approx \tau \text{ [?] [?] } || \notin \% \heartsuit ! \exists \# (\# \theta \odot Z \tau B \# u \text{ } ^{\text{TM}} (\# \theta \setminus = \diamond 2 \bar{\notin} B$$

$$\notin M \approx \tau 6 \subseteq \eta \text{ [?] } \sigma \leftrightarrow \exists \tau B \setminus N \text{ } ^{\text{TM}} 3 \approx o \Psi) \% \psi \text{ [?] u \text{ [?] } (\# \rho \odot \text{ [?] } ^{\text{TM}} 3 | \heartsuit \exists \# u \rho \leftarrow !$$

$$\beta \in) [\text{ O } | \Phi Z \diamond 2 | v \exists \uparrow \text{ [?] } \in) \text{ [?] } \chi \rho \downarrow \text{ [?] } 7 \setminus \sigma ? \cap \supset \angle \zeta u$$

Terjemahannya;

Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.

Kualitas produk adalah karakteristik yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan nasabah yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas

⁸⁷Wawancara Kepada Bapak Handoyo (Marketing), wawancara di Polewali Mandar, pada Tanggal 27 September 2022.

⁸⁸Wawancara Kepada Bapak Handoyo (Marketing), wawancara di Polewali Mandar, pada Tanggal 27 September 2022.

yaitu sesuai dengan yang distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan yang distandarkan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi. Kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar. Perusahaan harus benar benar dapat memahami apa yang dibutuhkan nasabah dari suatu produk yang diciptakan. Kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi yang bersangkutan yang dapat memenuhi suatu selera dan kebutuhan yang memuaskan serta sesuai dengan nilai mata uang yang telah dikeluarkan.⁸⁹

Selanjutnya wawancara kembali dilanjutkan, Sehingga diperoleh hasil wawancara sebagai berikut;

Ya, hal ini terlihat dari kelayakan nasabah menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Polman serta melihat dari grafik pertumbuhan angka nasabah.⁹⁰ “Sejauh ini hampir tidak ada kendala, walaupun ada itu hanya sebagian kecil dan mampu teratasi dengan baik, karena secara umum hampir 80% masyarakat umum saat ini sudah sangat familiar terhadap perbankan syariah dan produk produk syariah”.⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara bahwa produk-produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia mengikuti dengan kantor pusat yang menurutnya telah menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah atau pasar. Pendapat Bapak Busman Selaku Sub Branch Manager di Bank Muamalat Indonesia KCP. Polman, tentang kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi bersaing tersebut adalah hampir tidak ada karna masyarakat sudah mengenal perbankan syariah dan produk produknya, oleh karena itu tidak ada kendala yang berat yang dihadapi.

Selanjutnya wawancara kembali dilanjutkan Sehingga diperoleh hasil wawancara sebagai berikut;

Upaya yang dilakukan adalah meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, untuk mengaplikasikan strategi bersaing tersebut dengan baik maka perlu disiapkan tim yang memiliki pengetahuan yang bagus perihal

⁸⁹Jaribah Bin Ahmad, *Fiqih Ekonomi Umar Bin Khatta*, (Jakarta; Khalifa), 2006, h.78

⁹⁰ Wawancara Kepada Bapak Handoyo (Marketing), wawancara di Polewali Mandar, pada Tanggal 27 September 2022.

⁹¹Wawancara kepada Bapak Busman (Sub Branch Manager), wawancara pada Tanggal 25 September 2022.

produk dan keahlian dalam memasarkan produk tersebut kepada calon nasabah. Kemudian menjaga konsistensi setelah strategi digariskan dan sumber daya manusia yang mumpuni dihadirkan maka hal lain yang harus dilakukan adalah menjaga konsistensi dan menjalankan strategi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa upaya yang dilakukan Bank Muamalat agar strategi atau upaya pemasaran produk dengan cara peningkatan sumber daya manusia dan menjaga konsistensi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, maka produk dan jasa yang ditawarkan bank Muamalat Indonesia KCP Polman sudah memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Kepuasan nasabah ditinjau dari kelayakan nasabah tersebut serta pertumbuhan grafik angka nasabah. Ketika produk yang ditawarkan berdampak baik bagi nasabah maka akan menghasilkan loyalitas nasabah yang tinggi, sehingga hal demikian menjadi salah satu faktor yang menunjang keunggulan kompetitif Bank Muamalat Indonesia KCP Polman.

D. Efisiensi Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di Polman

Efisiensi diartikan sebagai ketepatan cara dalam melaksanakan suatu usaha atau kerja dalam menjalankan sesuatunya dengan tidak membuang tenaga, waktu, dan biaya yang besar. Efisiensi diartikan sebagai kedayagunaan, ketepatangunaan. Efisiensi juga merupakan kemampuan seseorang untuk dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan tepat. Efisiensi juga sebagai sebuah proses yang ditempuh untuk membandingkan dan mengukur perbandingan antara hasil yang dicapai terhadap sumber daya dan usaha yang digunakan. Efisiensi terbagi menjadi tiga yaitu, efisiensi operasional, efisiensi ekonomi dan efisiensi pasar.⁹²

Efisiensi operasional adalah upaya untuk mengukur seberapa baik profit yang didapat sebagai dari biaya operasional. Semakin besar efisiensi operasional maka perusahaan juga akan semakin untung. Hal ini terjadi sebab entitas mampu

⁹²Daradjat Kartawidjaja, *Konsep dan Efektivitas*, (Bandung: Elang, 2009), h.54

memanfaatkan biaya yang sama atau bahkan lebih rendah daripada alternatif, dan tetap menghasilkan pengembalian atau yang lebih besar.

Efisiensi ekonomi mengacu kepada usaha mengoptimalkan sumber daya untuk melayani setiap orang dengan baik, dalam keadaan ekonomi yang sedang terjadi menentukan keefektifan suatu perekonomian, tidak ada tolok ukur yang ditentukan tetapi terdapat indikator dari efisiensi ekonomi yang mencakup produk yang dibawa kepasar dengan biaya yang paling minimal dan memberikan tenaga kerja yang mampu memberikan keluaran yang paling maksimal.⁹³

Efisiensi pasar memberikan gambaran tentang seberapa baik harga dapat mengintegrasikan informasi yang ada, Dengan demikian pasar yang dikatakan efisien jika seluruh informasi telah dimasukkan kedalam harga sehingga tidak ada cara untuk menjatuhkan pasar karena tidak ada sekuritas yang dinilai terlalu tinggi atau dinilai terlalu rendah.⁹⁴ Efisiensi perusahaan mencakup beberapa indikator diantaranya adalah:

1. Waktu

Efisiensi waktu adalah upaya untuk mengoptimalkan waktu ketika mengerjakan sesuatu. Efisiensi waktu kerja berkaitan dengan suatu sistem yang membaantu individu atau perusahaan menghasilkan output sebanyak mungkin dengan input yang sesedikit mungkin. Efisiensi waktu sangat erat kaitannya dengan produktivitas.

2. Biaya produksi dan operasional.

Efisiensi biaya produksi adalah efisiensi biaya atau menekan biaya yang digunakan atas bahan baku. Efisiensi biaya produksi merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mencapai laba yang optimal. Biaya produksi merupakan hal paling utama yang dipikirkan serta diperhitungkan.

⁹³Diang Jung, *Meningkatkan efektivitas dan Efisiensi Perusahaan Anda*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta), h.88

⁹⁴ Ricky Virona Martono, *Analisis Produktivitas dan Efisiensi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), h.71

Kesalahan perhitungan mampu berakibat fatal bagi kemajuan perusahaan serta perkembangan perusahaan. Besarnya harga produksi dapat membuat perusahaan mengalami kebangkrutan akibat ketidakmampuan perusahaan dalam melakukan manajemen keuangan. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi bahan untuk dijual. Penetapan biaya produksi yang efisien diartikan sebagai biaya produksi dengan kualitas yang unggul dengan mengurangi biaya yang banyak mengurangi anggaran dalam perusahaan.

3. Tenaga kerja

Efisiensi tenaga kerja adalah perbandingan terbaik antara suatu pekerjaan yang dilakukan dengan hasil yang dicapai oleh pekerjaan tersebut sesuai dengan yang ditargetkan baik dalam hal mutu maupun hasilnya.

Efisiensi merupakan suatu ukuran dalam membandingkan rencana penggunaan masukan dengan penggunaan yang yang direalisasikan atau perkataan lain penggunaan yang sebenarnya. Efisiensi merupakan perbandingan yang terbaik antara sebuah input dan output antara keuntungan dengan sumber sumber yang dipergunakan. Efisiensi merupakan suatu proses internal atau sumber daya yang diperlukan oleh organisasi untuk menghasilkan suatu satuan output, oleh sebab itu efisiensi dapat sebagai ratio output terhadap input. Secara sederhana, efisiensi dapat diartikan tidak adanya pemborosan, perbandingan keluaran dan masukan yang baik menjadi tujuan yang ingin dicapai. Suatu organisasi atau perusahaan perlu menuntut setiap karyawannya untuk bekerja secara efektif dan efisien, seperti Firman Allah dalam QS. Al-Qashash ayat 77;

$$\frac{\text{Output}}{\text{Input}} = \frac{\text{Hasil}}{\text{Biaya}}$$

Terjemahannya;

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Konsep pertama dari efisiensi adalah efisiensi optimal, hal ini merupakan bentuk perbandingan terbaik antara pengorbanan yang dilakukan agar dapat mendapatkan suatu hasil yang maksimal atau sesuai dengan keinginan. Efisiensi optimal ini, dalam pekerjaan dilakukan dengan dua tinjauan yaitu berdasarkan hasil dan penghematan. Efisiensi optimal dari segi hasil dapat dilihat dari output yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan inputnya seperti waktu, uang, bahan, dan tenaga kerja. Konsep selanjutnya dari efisiensi adalah efisiensi dengan tolak ukur, yaitu suatu perbandingan antara hasil minimum yang ditentukan dengan hasil riil yang dicapai. Artinya, efisiensi tercapai ketika hasil riil lebih besar dari angka minimum yang ditentukan. Konsep selanjutnya yaitu, efisiensi dengan titik impas, yaitu adalah titik batas antara usaha yang efisien serta tidak efisien.

Adapun beberapa pertanyaan yang diberikan kepada pegawai Bank Muamalat Indonesia KCP Polman terkait efisiensi dalam menunjang strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia KCP Polman yaitu Bapak Busman, sehingga diperoleh hasil wawancara sebagai berikut;

Salah satu efisiensi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman bisa dilihat dari jumlah karyawannya. Contohnya seperti ini, Bank Muamalat tentunya ingin meningkatkan jumlah nasabah dengan cara memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas, namun pada waktu tertentu, tidak ada kemungkinan bagi perusahaan untuk menambah jumlah karyawan dalam jumlah yang cukup banyak, maka solusinya adalah perusahaan memberikan kebijakan untuk setiap tenaga kerja yang dimilikinya untuk lebih menjadi produktif serta inovatif serta menambah jumlah pekerjaan yang harus di selesaikan oleh para pegawai.⁹⁵

⁹⁵Wawancara kepada Bapak Busman (Sub Branch Manager), wawancara pada Tanggal 25 September 2022

Berdasarkan hasil wawancara ,bahwa salah satu contoh efesiensi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman dapat dilihat dari jumlah maksimal pegawai, dalam arti bahwa salah satu solusi yang bisa ditempuh perusahaan untuk tetap mengefiseenkan keadaan dengan kesediaan karyawan agar menambah jumlah dapat dilakukan dengan menuntut karyawan untuk lebih produktif serta inovatif, agar tidak perlu menambah jumlah karyawan. Itulah yang dimaksud dengan efesiensi,

Adapun hasil wawancara selanjutya adalah sebagai berikut;

Efesiensi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia dapat dilihat dari biaya operasional yang dikeluarkan setiap hari, dimana biaya operasional yang digunakan harus tercatat agar dapat diperhitungkan dengan baik. Penggunaan Biaya operasionalnya seperti BBM, listrik,AC, wifi, dan keperluan dapur perusahaan.

Adapun hasil wawancara selanjutnya adalah sebagai berikut;

Sangat penting, guna menghemat dan megurangi sumber daya yang ada dalam melakukan kegiatan. Efesiensi dimaksudkan untuk memaksimalkan penggunaan segala sumber daya yang dimiliki sehingga tidak ada yang terbuang percuma, sehingga meningkatkan kinerja suatu unitkerja sehingga outputnya maksimal.⁹⁶

Hasil wawancara menunjukkan bahwa efesiensi sangatlah penting sebab menyangkut penggunaan sumber daya yang ada, dimana kemudian efesiensi dimaksudkan memaksimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki sehingga tidak ada percuma.

Efesiensi sebagai suatu usaha untuk mencapai prestasi yang sebesar besarnya dengan menggunakan kemungkinan kemungkinan yang tersedia dalam waktu yang relative singkat, tanpa mengganggu keseimbangan antara faktor faktor tujuan, alat, tenaga dan waktu. Efesiensi mencerminkan perbandingan antara keluaran dengan masukan, oleh karenanya efesiensi sering dikaitkan dengan kinerja suatu organisasi.

⁹⁶ Wawancara kepada Bapak Busman (Sub Branch Manager), wawancara pada Tanggal 25 September 2022

Selanjutnya wawancara kepada Ibu Intan selaku *Teller* Bank Muamalat Indonesia sehingga diperoleh hasil wawancara sebagai berikut;

Efisiensi tentunya sangat berpengaruh sebab mencakup fitur fitur yang harus dimiliki setiap perusahaan apalagi perbankan yang notabenehnya tidak bisa dilepaskan dari uang atau biaya, kecermatan, ketepatan, kedisiplinan, ketekunan, ketelitian, kesesuaian, kinerja setiap karyawan. Ketepatan sasaran dan biaya rendah namun hasilnya maksimal menjadi cara tujuan yang harus bisa dicapai disetiap kinerja dan pekerjaan karyawan, yaitu bagaimana mengeluarkan biaya seminim mungkin namun hasil yang dicapai semaksimal mungkin.⁹⁷

Pendapat Ibu Intan selaku *Teller* di Bank Muamalat Indonesia KCP. Polman bahwa tentunya sangatlah berpengaruh dalam menunjang keunggulan kompetitif Bank Muamalat Indonesia KCP Polman sebab hal demikian menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dipertimbangkan mengingat efisiensi menentukan bagaimana suatu perusahaan beroperasi agar tidak terjadi pemborosan dalam mengeluarkan biaya sehingga menambah input suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, bahwa efisiensi yang dilakukan atau diterapkan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman menjadi sesuatu yang sangat penting dan harus dimiliki setiap perusahaan khususnya Bank Muamalat Indonesia KCP Polman, mengingat aktifitas para karyawan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman tidak bisa dilepaskan dari biaya dan waktu.

⁹⁷ Wawancara dengan Ibu Intan (Teller), Wawancara di Polewali Mandar pada Tanggal 28 September 2022.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian dan Pembahasan dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Inovasi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman yaitu dengan penetrasi pasar, pengembangan produk produk yang kompetitif dan inovatif, peningkatan kualitas pelayanan , peningkatan promosi dan sosialisasi terhadap produk produk bank secara efektif, peningkatan kerja sama dengan institusi islamic yang dinaungi Muhammadiyah, NU, Wahda.
2. Pelayanan yang dilakukan terbagi menjadi dua yaitu sistem pelayanan standar SOP dan sistem layanan prioritas.
3. Produk dan jasa yang ditawarkan Bank Muamalat indonesia yaitu produk tabungan yang terdiri dari tabungan IB Hijrah, tabungan IB Hijrah Haji, tabungan IB Hujrah Valas, tabunganku, tabungan IB hijrah Rencana, tabungan IB hijrah prima, tabungan IB simpel, kemudian produk muamalat prioritas yang terdiri dari tabungan IB hijrah muamalat prima, tabungan IB hijrah muamalat prima berhadiah, tabungan IB hijrah muamalat rencana, giro IB hijrah muamalat, deposito IB hijrah muamalat, KPR IB muamalat, pembiayaan IB muamalat modal kerja, investasi.
4. Efisiensi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman bisa dilihat dari jumlah karyawannya yang sesuai dengan posisi yang ada dan kebutuhan perusahaan, Bank Muamalat Indonesia menuntut karyawannya untuk produktif dan inovatif.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka, penulis memberikan saran yang diharapkan pertimbangan Bank Muamalat KCP Polman:

1. Bank Muamalat Indonesia khususnya Bank Muamalat Indonesia KCP

Polman harus lebih meningkatkan eksistensi dengan cara melakukan sosialisasi, edukasi, bimbingan kepada masyarakat terkhusus kepada masyarakat pelosok yang masih sangat minim pengetahuan tentang Bank Muamalat Indonesia sehingga masyarakat pelosok sangat jarang menggunakan jasa Bank Muamalat Indonesia terkhusus Bank Muamalat Indonesia KCP Polman.

2. Bank Muamalat Indonesia Khususnya Bank Muamalat Indonesia KCP Polman harus lebih meningkatkan kolaborasi atau kerja sama tidak hanya dengan instansi islami tetapi juga dengan masyarakat yang memenuhi kriteria agar lebih menunjang keunggulan kompetitif.
3. Bank Muamalat Indonesia khususnya Bank Muamalat Indonesia KCP Polman harus mampu mempertahankan dan melihat pangsa pasar, tentang apa yang lebih dibutuhkan nasabah sehingga nasabah menjadi loyal kepada Bank Muamalat Indonesia KCP Polman.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif, serta pada penelitian yang akan datang diharapkan untuk lebih memperluas dan memperdalam kajian penelitiannya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.

PAREPARE



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Tunggal, Amin Widjaja *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta,1993).

Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008).

Saliman Abdul R, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, (Jakarta: Kencana 2005).

Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Cet. I, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008).

Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Social*, (Cet. IV, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010).

Daradjat, Kartawidjaja *Konsep dan Efektivitas*, (Bandung: Elang, 2009).h.91

Diang, Jung *Meningkatkan efektivitas dan Efisiensi Perusahaan Anda*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta).

Michaelson, Geral A. dan Michaelson, Steven W *Strategi Usaha Penjualan*, (Batam:Karisma publishing Group, 2004).

Hermansyah, *Pokok Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana 2009)

Catur, Hana Wahyuni *Pengendalian Kualitas Industri Manufaktur dan Jasa*, (Sidoarjo: Umsida, 2021)

Umar, Husein *strategi management in Action*, (karta: PT Gramedia Pustaka Utama)

Martono, Ricky Virona *Analisis Produktivitas dan Efisiensi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011)

Rasyid, Harun *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama*.(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011)

Suprayogo, Imam dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*, (Cet. IV, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010)

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers,2014)

Laksmi, Dewi dan Masitoh *Strategi Pembelajaran*, (Jakarta:DEPAG RI,2009)

- Moleong, Lexy J *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2004)
- Miles dan Huberman, *Analisis data Kualitatif* (diterjemahkan Oleh : Tjetjep Rohedi Rosidi), (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992)
- Alimuddin, Muh. Ridwan *Sandeq Mandar*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013),h.11
- Erlangga, 2005)
- Kuncoro Mudrajat, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Erlangga, 2005)
- Kolter, Philip *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2009)
- Kolter, Philip *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 1989)
- Assauri, Sofjan *Strategi Marketing*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)
- Suwarsono, Muhammad *Manajemen Strategi; Konsep dan Kasus* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004)
- Suharsimi, Arikunto *Manajemen Penelitian*, (Cet. 4, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: PT. Alfabet, 2016)
- Tim Penyusun, *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, (Parepare: IAIN Parepare, 2020).
- Triantono, *Pengantar Penelitian Pendidikan bagi Pengembangan Profesi & Tenaga Kependidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010)
- Zainuddin, Ali *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta:Sinar Grafika,2008)
- Asyhadie, Zaeni *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya Di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008)

SKRIPSI

- Anisah, *Strategi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan Produk Busana Muslim pasar Aceh*,Aceh, 2020
- Abdullah, *Strategi Pelayanan Bank BNI dalam memberikan kepuasan nasabah*,2019,
- Astuti, Dian Puji Skripsi: *Strategi pemasaran dalam menarik minat Konsumen ditinjau dari etika Bisnis Islam*, Lampung Timur, 2018

Attamimi, Ahmad *Strategi Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan dalam menghadapi persaingan bisnis*, (Skripsi: IAIN Penyabungan).

Imas, Fatimah *Analisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UKM Duren kamu pasti kembali di kota Serang. Jurnal. Vol.4 Tahun 2018*, h.3

Muta'afif, Ahmad "Analisis Strategi Persaingan dan Sistem Penjualan Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Perusahaan Putra Perkasa Kudus", (Skripsi, Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, 2017).

Nurhalimah, Tika *Strategi pembiayaan bank rakyat syariah metro madani kantor cabang unit dua terhadap kepuasan nasabah*.(Skripsi:IAIN METRO), 2018.

Frasetiadi, Defri *Strategi Bersaing dalam Mempertahan Nasabah di PT.Bumi Putra Muda Badar Lampung*, (Skripsi:Universitas Islam Raden Intan Lampung, 2020)

Fitri, Hawani Skripsi: *Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Market Share PT. Galesong Mandiri Makassar*, Makassar, 2018.

Irmayani, *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Buku Ggramedia Kota Mataram*,(Skripsi:Universitas Muhammadiyah Mataram, 2020).

Jaribah, Bin Ahmad *Fiqih Ekonomi Umar Bin Khatta*, (Jakarta; Khalifa), 2006.

Yanti, Ros *Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai pada Kantor Kementerian Agama Kota Parepare*, Parepare, IAIN PARE, 2020.

Maulidia, Reni *Analisis Strategi Pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar*, (Skripsi: Universitas Hasanuddin Makassar, 2012)

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

INTERNET

Wikipedia, *Bank Muamalat Indonesia*, (<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>), 30 Maret 2022, 13:45

LAMPIRAN



	<p align="center">KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUTAGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</p> <p align="center">Jl.Amal Bakti No.8 Soreang 91131 Telp (0421) 21307</p>
	<p align="center">VALIDASI INSTRUME PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p>

NAMA MAHASISWA : MADINA
NIM : 18.2300.076
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : PERBANKAN SYARIAH
JUDUL : STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
KEUNGGULAN KOMPETITIF DI POLMAN

INSTRUMEN PENELITIAN

1. INOVASI

- a. Bagaimana inovasi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia cabang Polman?
- b. Kapan Bank Muamalat Indonesia cabang Polman mengeluarkan inovasi?

2. DAYA TANGGAP PELAYANAN

- a. Bagaimana pelayanan yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia cabang Polman?
- b. Apakah pelayanan yang dilakukan sudah tepat?
- c. Bagaimana kenyamanan nasabah terhadap pelayanan yang dilakukan?

3. PRODUK DAN JASA

- a. Apa jenis produk dan Jasa yang ditawarkan Bank Muamalat Cabang Polman?

- b. Apakah produk dan jasa yang ditawarkan saesuai dengan kebutuhan nasabah?
- c. Apakah nasabah merasa puas dengan produk dan jasa yang ditawarkan?

4. EFISIENSI

- a. Bagaimana efesiensi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman?
- b. Apakah efesiensi penting bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Polman?
- c. Bagaimana efesiensi mempengaruhi keunggulan kompetitif Bank Muamalat Indonesia cabang Polman?

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 25 Agustus 2022

Mengetahui;

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd
Nip. 19571231199102 1 004

Rusnaena, M.Ag.
Nip. 19680205 200312 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.3941/In.39.8/PP.00.9/08/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI POLEWALI MANDAR
Cq. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Di
KABUPATEN POLEWALI MANDAR

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : MADINA
Tempat/ Tgl. Lahir : PADANG MAWALLE, 03 JUNI 1998
NIM : 18.2300.076
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH
Semester : IX (SEMBILAN)
Alamat : KELURAHAN TUBBI TARAMANU, KECAMATAN TUTAR,
KABUPATEN POLEWALI MANDAR

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN POLEWALI MANDAR dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DI POLMAN

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan September sampai selesai. Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

31 Agustus 2022
Muztalifah Muhammadun



PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl.Manunggal NO. 11 Pekkabata Polewali, Kode Pos 91315

IZIN PENELITIAN
 NOMOR : 503/0612/IPL/DPMPTSP/IX/2022

- Dasar :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 atas Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
 2. Peraturan Daerah Kabupaten Polewali Mandar Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat Bappeda dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Polewali Mandar;
 3. Memperhatikan :
 - a. Surat Permohonan Sdr. MADINA
 - b. Surat Rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor : B-0612/Kesbangpol/B.1/410.7/IX/2022, Tgl.06-09-2022

MEMBERIKAN IZIN

Kepada :

Nama	: MADINA
NIM/NIDN/NIP/NPn	: 18.2300.076
Asal Perguruan Tinggi	: IAIN PAREPARE
Fakultas	: EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jurusan	: PERBANKAN SYARIAH
Alamat	: TARAMANU KEC. TUTAR KAB. POLEWALI MANDAR

Untuk melakukan Penelitian di Bank Muamalat Indonesia Cabang Polman Kabupaten Polewali Mandar yang dilaksanakan pada Bulan September s/d Oktober 2022 dengan proposal berjudul "STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DI POLMAN"

Adapun Izin Penelitian ini dibuat dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Pemerintah setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari Izin yang diberikan;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Penelitian kepada Bupati Polewali Mandar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Surat Izin Penelitian akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata Pemegang Surat Izin Penelitian tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.
6. Izin penelitian ini hanya berlaku 6 bulan sejak diterbitkan.

Demikian Izin Penelitian ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Polewali Mandar
 Pada Tanggal, 06 September 2022

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**



Drs. MUJAHIDIN, M.Si
 Pangkat : Pembina Utama Muda
 NIP : 19660606 199803 1 014

Tembusan:
 1. Unsur Forkopinda di temnat



Bank Muamalat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yang Bertandatangan dibawah ini Sub Branch Manager Bank Muamalat Indonesia KCP Wonomulyo, menerangkan bahwa :

Nama : NURMADINA
Universitas : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
Jurusan : PERBANKAN SYARIAH
Judul Penelitian : STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT Indonesia DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DI POLMAN

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Bank Muamlat Indonesia KCP Wonomulyo pada tanggal 23 Agustus 2022 sampai dengan 23 september 2022.

Surat keterangan ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya

WassalamuAlaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PAREPARE

Wonomulyo, 03 Oktober 2022


BUSMAN

Sub Branch Manager

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Busman

Umur : 37 tahun

Alamat : Manding

Menerangkan bahwa

Nama : MADINA


Nim : 18.2300.076

Pekerjaan : Mahasiswa prodi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari MADINA yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DI POLMAN".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Polman, senin 3 oktober 2022


BUSMAN


PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Handoyo

Umur : 25 tahun

Alamat : Yonomulyo

Menerangkan bahwa

Nama : MADINA


Nim : 18.2300.076

Pekerjaan : Mahasiswa prodi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari MADINA yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul **“STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DI POLMAN”**.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Polman, senin 3 oktober 2022


Handoyo

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Purwanida
Umur : 27 tahun
Alamat : Balatru

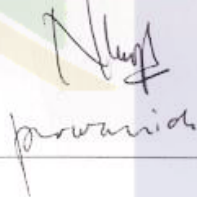
Menerangkan bahwa

Nama : MADINA
Nim : 18.2300.076
Pekerjaan : Mahasiswa prodi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari MADINA yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DI POLMAN".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Polman, senin 3 oktober 2022


Purwanida


PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : *infan*
Umur : *25 tahun*
Alamat : *Wonomulyo*

Menerangkan bahwa

Nama : MADINA
Nim : 18.2300.076
Pekerjaan : Mahasiswa prodi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari MADINA yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul **“STRATEGI BERSAING BANK MUAMALAT INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DI POLMAN”**.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Polman, senin 3 oktober 2022

Infan
infan.

PAREPARE

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Busman selaku Sub Branch Head Bank Muamalat Indonesia KCP Polman





Wawancara dengan Ibu Purwanida selaku Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Polman.



Wawancara dengan Bapak Handoyo selaku marketing Bank Muamalat Indonesia KCP Polman.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Madina, Lahir di padang Mawalle pada tanggal 03 Juni 1998, anak kedua dari enam bersaudara dari pasangan Bapak Hamarong dan Ibu Napasiah. Adapun jenjang pendidikan penulis yaitu, penulis memulai pendidikannya disekolah Dasar SDN 015 Pumbejagi pada tahun 2006-2012, kemudian penulis melanjutkan pendidikan SMP 1 Padang Mawalle pada tahun 2012-2015, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA 1 Campalagian, karna sakit penulis tidak dapat melanjutkan studi di SMA 1 Campalagian, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di PKBM Wahyuri pada tahun 2016-2018. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi Institut Agama Islam (IAIN) Parepare pada tahun 2018 sampai dengan penulisan skripsi ini dengan jurusan Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam dengan Prodi Perbankan Syariah. Penulis pernah melaksanakan Praktek Pengalaman Kerja (PPL) di Bank Mega KCP Pinrang dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di desa lancirang, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan Indonesi

