ANALISIS STRATEGI BPRS FORMES YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DAN PROFITABILITAS DI MASA PANDEMI COVID-19

Analysis Strategy of BPRS Formes Yogyakarta in Increasing Number of Customers and Profitability during Covid-19 Pandemic

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam

ACC Sidang Munaqosah
10 Maret 2022

Siti Latifah Mubasiroh

Oleh :

MUHAMMAD RIFQI FADHILAH

17423094

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2021

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	:	Muhammad Rifqi Fadhilah
NIM	:	17423094
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Fakultas	:	Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	:	Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di masa Pandemi Covid-19

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri danbenar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 7 Maret 2022

METERAI TEMPEL

4A4AJX593122733

Muhammad Rifqi Fadhilah

LEMBAR PENGESAHAN

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM
Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fis.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Selasa
Tanggal	:	29 Maret 2022
Judul Skripsi	:	Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di Masa Pandemi Covid-19
Disusun oleh	:	MUHAMMAD RIFQI FADHILAH
Nomor Mahasiswa	:	17423094

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua	:	Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.	(.....)
Penguji I	:	Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag	(.....)
Penguji II	:	Anom Garbo, SEI, ME	(.....)
Pembimbing	:	Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd.	(.....)

Yogyakarta, 11 April 2022
Dekan,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA

NOTA DINAS

Yogyakarta, 4 Sya'ban 1443 H

7 Maret 2022

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
DI Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1623/Dek/60/DAATI/FIAI/XII/2021 tanggal 1 Desember 2021/26 Rabiul Akhir 1443 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama	:	Muhammad Rifqi Fadhilah
NIM	:	17423094
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Fakultas	:	Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	:	Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di Masa Pandemi Covid-19

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi Saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang di maksud.

Wassalamu'alaikum Wr. WB.

Dosen Pembimbing

Siti Latifah Mubasiroh, S. Pd., M.Pd.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tanda tangan di bawah ini,

Nama	:	Muhammad Rifqi Fadhilah
NIM	:	17423094
Judul Skripsi	:	Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di Masa Pandemi Covid-19

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Maret 2022

Siti Latifah Mubasiroh, S. Pd., M.Pd.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin puji syukur atas ke hadirat Allah SWT dan Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW.

Peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih dan rasa hormat kepada keluarga terutama Papa dan Kakak Dini yang selalu memanjatkan doa, selalu memberi dukungan dan dorongan untuk penyelesaian skripsi ini.

Kemudian peneliti ucapkan banyak terima kasih kepada para dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan, terutama Ibu Siti Latifah Mubasiroh yang saat ini menjadi dosen pembimbing peneliti yang selalu memberikan arahan untuk pengerjaan skripsi ini.

Terima kasih kepada teman seperjuangan semasa kuliah di Prodi Ekonomi Islam, teman-teman kos, teman nongkrong, dan teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu. Terima kasih untuk segala dukungan dan doanya hingga skripsi ini bisa terselesaikan. Semoga teman-teman sekalian diberikan kesehatan, keselamatan, dan diberkahi setiap langkahnya sehingga dapat mewujudkan cita-cita yang diimpikan.

Semoga papa, kakak, keluarga, dosen, saudara, sahabat, dan teman selalu dalam lindungan Allah SWT.

MOTTO

مَنْخَرَجَفِيطَلَبُالْعِلْمِفَهُوَفِيسَبِيْلِاللهِحَتَّىيَرْجِعَ

"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali"

-HR Tirmidzi

"Susah, tapi bismillah"

-Fiersa Besari

"If you don't know how to care for for money, money will stay away from you"

-Robert Kiyosaki

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BPRS FORMES YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DAN PROFITABILITAS DI MASA PANDEMI COVID-19

MUHAMMAD RIFQI FADHILAH

17423094

Pandemi Covid-19 merupakan wabah yang menghancurkan aspek-aspek kehidupan, salah satunya dibidang perekonomian. Lembaga keuangan memerlukan adanya strategi dalam menghadapi pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan analisis data yang dilakukan melalui wawancara bersama karyawan BPRS Formes di divisi Marketing dan divisi Operasional. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas yaitu dengan menerapkan promosi dengan via media sosial, penawaran menggunakan mobil kas keliling, penerapan restrukturisasi kepada nasabah terdampak Covid-19, *personal selling*, dan berkomunikasi dengan baik.

Kata Kunci : Covid-19, Nasabah, Profitabilitas, Strategi

ABSTRACT

ANALYSIS STRATEGY OF BPRS FORMES YOGYAKARTA IN INCREASING NUMBER OF CUSTOMERS AND PROFITABILITY DURING COVID-19 PANDEMIC

MUHAMMAD RIFQI FADHILAH

17423094

Covid-19 pandemic is an epidemic that destroys many aspects of life, one of which is in economy. For this, financial institutions need a number of strategies in dealing with the Covid-19 pandemic. This study aims to find out how the strategy of BPRS Formes Yogyakarta in increasing the number of customers and profitability during the Covid-19 pandemic. This study used a descriptive-qualitative method with data analysis conducted through interviews with BPRS Formes employees in the Marketing Division and Operation Division. Data were collected through observation, interviews, and documentation. From the results of this study, it can be concluded that the strategies implemented to increase the number of customers and profitability are by implementing promotions via social media, offering mobile cash cars, implementing restructuring to customers affected by Covid-19, personal selling, and good communication.

Keywords: *Covid-19, Customers, Profitability, Strategy*

April 05, 2022

TRANSLATOR STATEMENT
The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang meru-pakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim

yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tangal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasamya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pemah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar

menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar "satu fonem satu lambang".
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

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 lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
◌َ	Fathah	a	a
◌ِ	Kasrah	i	i
◌ُ	Dhammah	u	u

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

الحَمْدُلِلّهِ رَبِّ العَالَمِيْنَ ، وَالصَّلاَةُوَالسَّلاَمُ عَلَى أَشْرَفِ الأَنْبِيَاءِوَالْمُرْسَلِيْنَ نَبِيِّنَاوَحَبِيْبِنَامُحَمَّدٍوَعَلَى آلِهِ أَجْمَعِيْنَ،

تَبِعَهُمْ بِإِ حْسَا نٍ إِلَى يَوْمِ الدِّيْنِ،أَمَا بِعْدُ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kepada ke hadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Strategi BPRS Formes dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di Masa Pandemi Covid-19". Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk di setiap kehidupan manusia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasihat, motivasi, kritik, dan saran. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom M.A., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Y, M.Ag selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Soya Sobaya, S.E.I., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
5. Ibu Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan

skripsi, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tercapai dengan baik.

6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Bapak Muhammad Rosyid selaku Direktur Utama BPRS Formes Yogyakarta yang telah memberikan izin bagi peneliti untuk melakukan penelitian di BPRS Formes Yogyakarta.
8. Bapak Khozin, Ibu Nita, dan Bapak Iman selaku karyawan BPRS Formes Yogyakarta yang telah membantu peneliti dalam melakukan pengumpulan data wawancara.
9. Bapak Novel Husien yang peneliti banggakan dan sayangi yang telah memberikan segala dukungan dan doa kepada peneliti demi kelancaran penulisan skripsi ini.
10. Kakak Dini yang selalu memberikan doa, canda tawa, semangat, serta dukungan kepada peneliti selama berada di bangku perkuliahan.
11. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, peneliti memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari peneliti sendiri, peneliti menyadari bahwa skripsi yang disajikan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang bersifar membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 7 Maret 2022

Muhammad Rifqi Fadhilah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN i
LEMBAR PENGESAHAN ii
NOTA DINAS iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
LEMBAR PERSEMBAHAN v
MOTTO vi
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ix
KATA PENGANTAR xv
DAFTAR ISI xvii
DAFTAR TABEL xix
DAFTAR GAMBAR xx
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian 4
E. Sistematika Penelitian 5
BAB II 7
TINJAUAN PUSTAKA 7
A. Telaah Pustaka 7
B. Landasan Teori 16
1. Pengertian Analisis 16
2. Strategi 16
3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) 20
4. Nasabah 26
5. Profitabilitas 29

C. Kerangka Berpikir 32
BAB III 33
METODE PENELITIAN 33
A. Desain Penelitian 33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 33
C. Objek Penelitian 33
D. Sumber Data 34
E. Teknik Pengumpulan Data 34
F. Instrumen Penelitian 35
G. Teknik Analisis Data 38
BAB IV 40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 40
A. Gambaran Objek Penelitian 40
B. Hasil Penelitian 48
C. Pembahasan 60
BAB V 63
PENUTUP 63
A. Kesimpulan 63
B. Saran 63
DAFTAR PUSTAKA 64
LAMPIRAN 69
BIODATA PENULIS 110

DAFTAR TABEL

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan xii
Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal xiv
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu (Persamaan dan perbedaan) 13
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir 32
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian 36
Tabel 4. 1 Jumlah Nasabah sebelum dan sesudah Pandemi Covid-19 55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data 39
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BPRS Formes Yogyakarta 2021 43
Gambar 4. 2 Website BPRS Formes Yogyakarta 54
Gambar 4. 3 Facebook BPRS Formes Yogyakarta 54

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada Awal tahun 2020, seluruh negara dikagetkan oleh kejadian infeksi berat dengan penyebab yang belum diketahui. Berawal dari laporan negara Cina kepada *World Health Organization* (WHO) terdapat 44 pasien pneumonia yang berat di wilayah Wuhan, Cina. Dugaan awal terkait dengan pasar basah yang menjual ikan, hewan laut, dan berbagai hewan lain. Pada 10 Januari 2020 penyebabnya mulai teridentifikasi dan didapatkan kode genetiknya yaitu virus corona baru. Penelitian selanjutnya menunjukkan hubungan yang dekat dengan virus corona penyebab *Severe Acute Respitatory Syndrome* (SARS) yang mewabah di Hongkong pada tahun 2003 (Handayani et al., 2020). Pada Maret tahun 2020, Indonesia menjadi salah satu negara yang terdampak Covid-19, pemerintah memberikan kebijakan kepada setiap masyarakat untuk melakukan pencegahan berupa anjuran *Social Distancing*. Anjuran ini dikarenakan Covid- 19 ini bersifat droplet percikan lender kecil dari dinding saluran pernapasan seseorang yang sedang sakit batuk dan bersin. Anjuran lain untuk masyarakat yaitu pembatasan aktivitas keluar. Hampir seluruh kegiatan dirumahkan, dan kebijakan ini disebut dengan *lockdown*. *Lockdown* dapat membantu mencegah penyebaran virus corona ke suatu wilayah, sehingga masyarakat yang berada di suatu wilayah tersebut diharapkan dapat terhindar dari wabah yang cepat menyebar (Yunus & Rezki, 2020).

Kebijakan pemerintah terkait pembatasan penyebaran Covid-19 berpengaruh pada sektor-sektor kehidupan, dimana salah satunya adalah sektor ekonomi dan keuangan. Kegiatan untuk mencegah penyebaran Covid-19 ini berimbas pada menurunnya kegiatan usaha dan bisnis khususnya pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

(BPRS). Penurunan yang dirasakan pada kemampuan debitur untuk melakukan pembayaran angsuran padahal kegiatan ini berpengaruh pada likuiditas BPR dan BPRS. Selain kemampuan debitur untuk membayar angsuran bulanan, dampak dari pembatasan kegiatan adalah meningkatnya penarikan dana simpanan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pada kegiatan di BPRS (Sofyan, 2021).

Persaingan antar bank syariah semakin ketat, secara langsung maupun tidak langsung hal ini akan berpengaruh terhadap profitabilitas perbankan syariah. Meskipun tujuan bank syariah itu bukan hanya sekadar mencari kentungan, namun kemampuan bank syariah dalam upaya memperoleh keuntungan menjadi indikator penting untuk keberlangsungan bank syariah. Persaingan ini menunjukkan indikator dalam mengukur kemampuan dalam menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang. BPRS sebagai salah satu lembaga kepercayaan masyarakat yang kegiatan usahanya berdasarakan prinsip syariah, dituntut agar selalu dapat mengemban amanah dari para pemilik dana dengan cara menyalurkannya untuk usaha produktif dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. BPRS sendiri harus memegang prinsip kehati-hatian serta mampu menerapkan prinsip syariah secara konsisten, sehingga tercipta BPRS yang sehat dan mampu memberikan layanan terbaik kepada masyarakat. Peranan BPRS sangatlah penting maka diperlukan adanya peningkatan kinerja agar BPRS tertap sehat dan efisien, dengan begitu akan berdampak pada tingkat profitabilitas BPRS itu sendiri (Yusuf & Mahriana, 2016).

Kondisi pandemi dapat mengurangi daya saing bank syariah dan masyarakat dapat memindahkan dananya ke bank konvensional. Tantangan di bank syariah pada saat ini ialah likuiditas dan rasio pembiayaan bermasalah atau dapat disebut *Non-Performing Financing* (NPF). Pembiayaan bermasalah ini mengakibatkan terlambatnya pembayaran angsuran nasabah pada BPRS itu sendiri dan solusi yang diterapkan ialah memberikan restrukturisasi terhadap nasabah yang mengalami hambatan dalam membayar

angsuran. Kinerja pada bank syariah mengalami fluktuasi pada sisi DPK dan *debt financing*. Pada sisi pembiayaan sewa mengalami penurunan yang cukup konstan di masa pandemi. Sedangkan pada sisi *equity financing* mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dan stabil. Hal ini memperkuat bahwa sistem bagi hasil terkait *equity financing* mampu bertahan terhadap kondisi gejolak ekonomi domestic dan internasional (Safitri et al., 2021).

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah salah satu lembaga *intermediary* yang bertujuan untuk memberikan pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan yang tentunya menggunakan prinsip syariah, yaitu bagi hasil. BPRS Formes Yogyakarta merupakan salah satu BPRS di Yogyakarta yang memiliki kegiatan menghimpun dana dari nasabah dalam bentuk tabungan, pembiayaan kepada nasabah, serta memberikan layanan jasa keuangan lainnya. Pembiayaan pada BPRS Formes Yogyakarta adalah pembiayaan produktif (pembiayaan *mudharabah* dan pembiayaan *musyarakah*), pembiayaan konsumtif (pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *ijarah*), pembiayaan untuk kebajikan (*qardhul hasan)*, dan juga deposito (Nur Safarah Yahdiyani, 2016). BPRS Formes Yogyakarta menggunakan sistem jemput bola, yakni dalam menarik minat nasabah baru maupun menjalin silahturahmi dengan nasabah yang sudah ada, pihak BPRS Formes mendatangi kediaman setiap nasabah. Selama masa pandemi, BPRS Formes tetap beroperasi dengan mengkuti dan mematuhi protokol kesehatan yang sudah dianjurkan. Pengoperasian ini bertujuan untuk tetap menstabilkan perekonomian pada BPRS ini serta meningkatkan pembiayaan kepada masyarakat, namun nasabah yang melakukan pembiayaan di BPRS Formes hanya nasabah tetap yang mengakibatkan tidak adanya profit yang didapat.

Selama masa pandemi Covid-19, BPRS Formes Yogyakarta yang ditujukan untuk melayani usaha-usaha kecil di tengah masyarakat menengah kebawah menjadi salah satu korban pandemi yang menyebabkan turunnya jumlah nasabah serta tingkat profitabilitas. Berdasarkan uraian di atas, maka

tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah, dan profitabilitas di masa pandemi Covid-19.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah di masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan profitabilitas di masa pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

1. Guna menganalisis strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah di masa pandemi Covid-19.
2. Guna menganalisis strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan profitabilitas di masa pandemi Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis
   a. Bagi BPRS Formes Yogyakarta

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan pada BPRS Formes untuk meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa pandemi dan di masa yang akan datang.

   b. Bagi Program Studi Ekonomi Islam

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan refrensi dalam mengembangkan Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia, dan dapat dijadikan acuan bagi mahasiswa selanjutnya untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan bagi peneliti mengenai bagaimana strategi BPRS Fomes Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas.

E. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah pembaca dan peneliti dalam Menyusun hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti Menyusun penulisan dalam tulisan ini. Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, setiap bab mempunyai sub-bab, dan setiap sub-bab merupakan bagian dari bab yang menjelaskan secara lebih spesifik tentang hal-hal yang ada dalam bab. Secara garis besar, sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut;

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah yang terbentuk dari latar belakang tersebut, selain itu pada bab ini akan dipaparkan juga mengenai tujuan dan manfaat dari penelitian ini. Oleh karena itu, bab ini akan menjadi acuan penelitian dalam penulisan penelitian dari awal pelaksanaan sampai akhir penelitian.

Bab II Telaah Pustaka dan Landasan Teori

Bab ini berisi Telaah Pustaka yang berasal dari jurnal ilmiah (nasional/internasional), dan landasan teori yang menjadi rujukan dari setiap kegiatan yang ada dalam penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang metode penelitian, pembahasan didalamnya merupakan uraian dari metode yang digunakan dalam penelitian. Pembahasan mengenai metode tersebut ialah; desain dan instrumen penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan bahasan terakhir ialah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang hasil analisis dari data yang diperoleh selama penelitian serta pembahasannya, sehingga bab ini merupakan pokok dan inti

dari hasil penelitian. Pada bagian ini mahasiswa akan menjawab masalah-masalah yang telah dirumuskan di bab pertama pada bagian perumusan masalah.

Bab V Kesimpulan dan saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini juga merupakan penutup dan akhir dari penulisan penelitian yang telah dilakukan oleh mahasiswa.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Telaah pustaka adalah telaah referensi jurnal pendukung yang menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini penulis tidak menemukan referensi jurnal pendukung yang sama seperti judul penulis, namun beberapa referensi jurnal yang penulis angkat ialah referensi yang relevan terhadap penelitian ini. Telaah pustaka ini nantinya akan fokus mengarahkan penulis pada suatu pandangan yang kritis. Adapun jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Penelitian yang berjudul "Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan" oleh Anik Fatimatuzahro dan Aslikhah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang literasi produk perbankan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah dan mengetahui tentang strategi inovasi produk perbankan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah literasi nasabah PT BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan masih dikatakan rendah, karena kebanyakan nasabah bekerja sebagai pedagang di pasar. Hasil dari rumusan selanjutnya yaitu dengan melakukan inovasi produk. Sebelum melakukan inovasi, BPRS Daya Artha melihat dari kebutuhan nasabah karena kebutuhan nasabah terus menerus mengalami perubahan. Bertujuan untuk memperlihatkan eksistensi dalam melakukan penawaran meskipun berada ditenga persaingan. Selain itu, strategi yang dilakukan ialah mensosialisasikan setiap ada produk baru dan seluruh komponen bank bersinergi dengan baik dan kompak (Fatimatuzahro

& Aslikhah, 2020). Pada penelitian ini, yang menjadi topik utama ialah strategi BPRS Daya Artha Mentari dalam meningkatkan inovasi produk untuk meningkatkan jumlah nasabah, sedangkan pada penelitian penulis, topik yang dibahas penulis ialah strategi BPRS Formes untuk meningkatkan jumlah nasabah serta profitabilitas.

Penelitian yang berjudul "Kinerja Kredit terhadap Profitabilitas BPR pada masa pandemi Covid-19" oleh Wangsit Supeno dan Ida Hendarsih. Penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana kinerja kredit yang didalamnya termasuk kinerja kualitas kredit memeiliki dampak terhadap profitabilitas BPR yang diukur dengan rasio Return On Assets (ROA) pada masa pandemi Covid-19. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan objek penelitian BPR secara nasional. Hasil dari penelitian ini kinerja profitabilitas BPR yang diukur dengan rasio ROA, sebelum masa pandemi pada bulan Maret 2020 mengalami pertumbuhan yang baik, dengan rasio ROA 2,28%. Setelah memasuki masa pandemi, rasio ROA mengalami kondisi penurunan, sebagai tanda profitabilitas menurun. Pada Agustus 2020 rasio ROA menurun menjadi sebesar 1,94%. Secara keseluruhan, pandemi memberikan dampak pada kinerja kredit yang belum optimal (Supeno & Hendarsih, 2020). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis ialah objek yang dituju yakni objek pada penelitian ini adalah BPR secara nasional, sedangkan pada penelitian penulis ialah BPRS Formes.

Penelitian yang berjudul "Analisis Penerapan *Promotion Mix* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PD BPR Bank BAPAS 69 Kantor Cabang Magelang Utara" oleh Liya Rizki Dewi Astutik dan Andhatu Achsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan *Promotion Mix* dalam peningkatan jumlah nasabah di PD BPR Bank Bapas 69 Kantor Cabang Magelang Utara. Metode penelitian ini mengguankan metode kuantitatif dan kualitatif, data diperoleh menggunakan riset lapangan serta riset perpustakaan. Pengelolaan data dilakukan dengan deskriptif analisis yaitu dengan menyajikan data disertai dengan analisis yang dapat memperjelas gambaran objek penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah

peranan *Promotion Mix* yang diterapkan oleh bank Bapas memiliki pengaruh dalam meningkatkan jumlah nasabah dilihat dari jumlah biaya promosi yang berbanding lurus dengan kenaikan jumlah nasabah. Terjadi kenaikan jumlah nasabah dengan jumlah rata-rata mencapai 60 orang setiap bulannya pada trisemester pertama tahun 2020. Variabel yang diterapkan yaitu periklanan, personal selling, Promosi penjualan, publisitas, dan direct marketing. Variabel ini disebut juga sebagai variabel bauran promosi (Astutik & Achsa, 2020). Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada topik pembahasan yakni pada penelitian ini topik yang dibahas ialah penerapan bauran pemasaran (*Promotion Mix*) untuk meningkatkan jumlah nasabah, sedangkan pada penelitian penulis ialah strategi peningkatan jumlah nasabah dan profitabilitas.

Penelitian yang berjudul "Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia" oleh Erlyna Damayanti. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui. Menganalisis, dan mendeskripsikan pembiayaan Mudharabah, pembiayaan Musyarakah terhadap profitabilitas bank umum syariah di Indonesia. Metode yang digunakan ialah deskriptif kuantitatif dengan mengguanakn data sekunder sebagai bahan penelitian. Data sekunder yang digunakan ialah laporan keuangan triwulan PT Bank Muamalat Indonesia, PT Bank BRI Syariah, dan PT Bank Bukopin Syariah. Hasil dari penelitian ini adalah pada pembiayaan Mudharabah secara parsial berpengaruh positif dan siginifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan pembiayaan Musyarakah secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabalitas Secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas (Damayanti, 2021). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis ialah dari metode penelitiannya. Pada penelitian ini metode yang digunakan ialah metode kuantitatif sedangkan pada penelitian penulis menggunakan metode kualitatif.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Aset terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Syariah di Indonesia” oleh Sineba Arli Silvia, S.E.I., M.E. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Kualitas Aset terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia. Penelitian ini mengkaji pengaruh variabel kualitas aktiva produktif dan Non-Performing Financing terhadap Return on Asset. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif purposive sampling. Sampel yang digunakan ialah Bank Umum Syariah pada periode 2010-2015. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah koefisien regresi KAP secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Sedangkan koefisien regresi NPF berpengaruh negatif dan siginfikan terhadap ROA (Silvia, 2017). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis ialah penggunaan metode yang berbeda. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian penulis ialah menggunakan metode kualitatif.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Studi Kasus pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Daerah Istimewa Yogyakarta yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2013-2015” oleh Davit Hidayatullah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah secara simultan dan parsial terhadap tingkat profitabilitas (ROE) pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Beliau mengambil sampel untuk diuji menggunakan uji asumsi klasik dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari Penelitian adalah Pembiayaan Murabahah secara parsial berpengaruh positif terhadap ROE. Pembiayaan Mudharabah secara parsial tidak berpengaruh terhadap ROE. Pembiayaan Musyrakah secara parsial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Pengaruh dari setiap pembiayaan diatas memberikan tingkat profitabilitas sebesar 32.4%. Variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian yang mempengaruhi tingkat ROE sebesar 67.6%

(Hidayatullah, 2018). Metode penelitian dari penelitian ini yang menjadi pembeda dari penelitian penulis. Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif *purposive sampling*.

Penelitian yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Aceh" oleh Muhammad Yasir Yusuf dan Wan Sri Mahriana. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pembiayaan, dana pihak ketiga, financing to deposit ratio dan non performing financing secara parsial dan simutan terhadap tingkat profitabilitas BPRS di Aceh. Hasil dari penelitian ini adalah dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel pembiayaan, dana pihak ketiga, financing to deposit ratio dan non performing financing berpengaruh signifikan terhadap return on asset dan return on equity. Metode yang digunakan ialah metode kuantitatif purposive sampling. Untuk pengujian secara parsial, seluruh variabel independen yaitu pembiayaan, dana pihak ketiga, financing to deposit ratio dan non performing financing berpengaruh signifikan terhadap return on asset. Sedangkan terhadap return on equity, hanya variabel dana pihak ketiga dan financing to deposit ratio yang berpengaruh signifikan. Adapun variabel pembiayaan dan non performing financing tidak berpengaruh signifikan terhadap return on equity. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa secara simultan variabel pembiayaan , dana pihak ketiga, financing to deposit ratio dan non performing financing mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap return on asset dan return on equity (Yusuf & Mahriana, 2016). Penelitian ini dan penelitian penulis memiliki perbedaan dari metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif purposive sampling sedangkan penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran *Funding Officer* dalam Meningkatkan Minat Nasabah di BPRS Amanah Ummah” oleh Abdul Pauji, M. Kholil Nawawi, dan Hilman Hakiem. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran *Funding Officer* dalam menghimpun dana, faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan minat nasabah, dan bagaimana dampak Strategi Pemasaran terhadap peningkatan minat nasabah di BPRS Amanah Ummah. Penelitian ini mengguanakn metode pendekatan kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Funding Officer* memberikan hasil yang baik, dari hasil yang dilakukan di lapangan, kepuasan, dan pelayanan yang baik, dan strategi *marketing mix* yang diterapkan berjalan sesuai dengan tujuan dan sasaran. *Marketing mix* terdiri dari *Product, Price, Promotion*, dan *Service*. Diterapkan guna peningkatkan minat nasabah di BPRS Amanah Ummah dalam menabung maupun transaksi lainnya (Pauji & Nawawi, 2015). Pembeda dari penelitian ini dan penelitian penulis berada pada topik yang diangkat. Pada penelitian ini, topik yang diangkat ialah strategi funding officer dalam meningkatkan minat nasabah. Sedangkan penelitian penulis ialah strategi BPRS Formes dalam meningkatkan jumlah nasabah serta profitabilitas.

Dari telaah pustaka tersebut, peneliti berniat melakukan penelitian dengan topik serupa yang secara umum membahas tentang Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di Masa Pandemi Covid-19. Pembaharuan yang peneliti berikan di sini berfokus pada bagian dampak yang dialami oleh BPRS Formes Yogyakarta, pemasaran yang diterapkan oleh BPRS Formes, pelayanan yang diberikan, dan strategi yang diterapkan oleh BPRS Formes Yogyakarta. Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu akan penulis lampirkan dalam tabel berikut;

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu (Persamaan dan perbedaan)

No	Judul	Nama penulis dan tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Strategi Inoveasi Produk Perbankan Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan	Anik Fatimatuzahro dan Aslikhah (2020)	Variabel penelitian tentang jumlah nasabah dan metode penelitian secara kualitatif	Tidak membahas tentang profitabilitas
2	Kinerja Kredit terhadap Profitabilitas BPR pada masa Pandemi Covid-19	Wangsit Supeno dan Ida Hendarsih (2020)	Metode penelitian secara kualitatif dan variabel penelitian tentang profitabilitas	Objek yang diteliti secara nasional.
3	Analisis Penerapan *Promotion Mix* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PD BPR Bank BAPAS 69 Kantor Cabang	Liya Rizki Dewi Astutik dan Andhatu Achsa (2020)	Variabel penelitian tentang peningkatan jumlah nasabah, dan metode penelitian secara	Pembahasan penelitian lebih berfokus pada bauran pemasaran, metode penelitian kuantitatif, dan tidak ada

	Magelang Utara (Astutik & Achsa, 2020)		kualitatif	pembahasan tentang strategi
4	Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia	Erlyna Damayanti (2020)	Variabel penelitian tentang profitabilitas	Variabel penelitian tentang pembiayaan mudharabah dan musyarakah, dan metode penelitian secara kuantitatif
5	Pengaruh Kualitas Aset terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Syariah di Indonesia	Sineba Arli Silvia (2020)	Variabel penelitian tentang profitabilitas	Variabel penelitian tentang kualitas aset dan metode penelitian secara kuantitatif
6	Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan	Davit Hidayatullah (2018)	Variabel penelitian tentang profitabilitas	Metode penelitian secara kuantitatif dan variabel penelitian tentang pembiayaan Mudhrabah dan

	Rakyat Syariah (Studi Kasus pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Daerah Istimewa Yogyakarta yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2013-2015			Musyarakah.
7	"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Aceh	Muhammad Yasir Yusuf dan Wan Sri Mahriana (2016)	Pembahasan berkaitan dengan profitabilitas.	Variabel penelitian tentang pembiayaan, dana pihak ketiga, *return on asset* dan *return on equity*. Metode penelitian secara kuantitatif
8	Strategi Pemasaran *Funding Officer* dalam Meningkatkan	Abdul Pauji, M. Kholil Nawawi, dan Hilman Hakiem	Metode penelitian secara kualitatif	Tidak membahas tentang profitabilitas.

	Minat Nasabah di BPRS Amanah Ummah	(2015)		

B. Landasan Teori

1. Pengertian Analisis

Menurut Komaruddin, analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu. Sedangkan menurut Harahap, analisis adalah memecahkan atau menguraikan suatu unit menjadi unit yang lebih kecil (Septiani et al., 2020).

2. Strategi

a. Pengertian Strategi

Dilihat dari segi etimologi, strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang diambil dari kata *strator* yang artinya memimpin (Purnomo & Zulkieflimansyah, 1996). Menurut Rangkuti, strategi adalah alat untuk mencapai suatu tujuan (Rangkuti, 2006). Menurut Cahdler, strategi adalah alat untuk mencapai suatu tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Fred R. David, strategi adalah suatu tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang besar (David, 2011). Menurut Porter, strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai sebuah keunggulan bersaing. Menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan tindakan yang dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang akan dicapai serta diharapkan oleh para pengguna dan bersifat terus-menerus (Budio, 2019). Strategi mempengaruhi kesejahteraan jangka panjang organisasi, biasanya

paling sedikit lima tahun, dan oleh karena itu berorientasi pada masa depan. Strategi sendiri memiliki konsekuensi multifungsi atau multidimensi dan membutuhkan pertimbangan lebih lanjut, baik ada faktor internal maupun ekstenal yang dihadapi oleh perusahaan (Santosa et al., 2017).

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, penyusunan rencana dan eksekusi sebuah aktivitas untuk mencapai sasaran dan tujuan sesuai dengan peluang serta ancaman dalam kurun waktu tertentu dengan fokus yang dilaksanakan pada tujuan jangka panjang.

b. Bentuk Strategi

Menurut Freddy Rangkuti, strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga bentuk strategi, yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis (Rangkuti, 2006) :

1) Strategi Manajemen

   Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan secara makro seperti strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai manajemen keuangan.

2) Strategi Investasi

   Sebuah kegiatan yang berorientasi pada investasi. Strategi ini bisa dilakukan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dengan risiko sekecil mungkin.

3) Strategi Bisnis

   Strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, seperti strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, dan strategi organisasi.

c. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi merupakan hal penting dalam memasarkan suatu produk. Strategi adalah ilmu pengetahuan dan seni bagaimana mendayagunakan sumber-sumber produksi yang tersedia untuk mencapai suatu tujuan. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan konsumen.

Strategi pemasaran diartikan sebagai suatu proses taktik dari segala kegiatan secara efektif dan efisien, bertujuan memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Pauji & Nawawi, 2015).

Menurut Sofyan Assauri, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Sedangkan menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya (Sa'adah, 2009).

d. Konsep Strategi Pemasaran

Pada dasarnya strategi pemasaran memiliki dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan perusahaan. Menurut Kasmir, sebelum strategi pemasaran dipakai, harus dilihat terlebih dahulu bagaiman kondisi pasar sekaligus menilai posisi pasar dengan menggunakan konsep sebagai berikut (Khoiri Abdi & Febriyanti, 2020):

1) Segmentasi Pasar (*Segmentation*)

Segmentasi pasar yakni tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara

terpisah. Setiap individu konsumen dibedakan menurut karakteristik kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri. Perusahaan diharuskan untuk mengelompokkan pasar yang bersifat heterogen kedalam satuan pasar yang bersifat homogen.

2) Sasaran Pasar (*Targeting*)

Tindakan memilih satu atau lebih segmentasi pasar yang akan dimasuki. Sasaran yang diambil diantaranya tingkat permintaan/pertumbuhan pasar, daya tarik konsumen dalam jangka panjang dan sasaran sumber daya kompetitor. Kemudian menetapkan pasar dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmentasi sasaran yang diinginkan.

3) Letak Pasar (*Market Positioning*)

Perusahaan tidak mungkin dapat menguasai pasar secara keseluruhan dengan memilih pola spesifik pasar perusahaan yang akan memberikan kesempatan maksimum kepada perusahaan untuk mendapatkan kedudukan yang kuat. Tujuannya untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.

e. Strategi Pemasaran Bank

Pada prinsipnya, terdapat tiga macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan, yaitu (Pauji & Nawawi, 2015) :

1) Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha bank dalam meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar dengan melalui promosi dan juga distribusi secara aktif. Strategi ini dapat digunakan pada pasar yang sedang tumbuh dengan lamban.

2) Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan, seperti inovasi dan kreativitas dalam menciptakan produk. Inovasi ini menjadi salah satu kunci utama pada strategi ini.

3) Strategi Pengembangan Pasar

Strategi ini merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara menjual produk ke pasaran baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerja sama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap dan menarik minat nasabah baru.

3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

a. Sejarah BPRS

Seiring dengan berkembangnya BPR, lahirlah lembaga keuangan BPRS yang hadir didasari pada paket deregulasi di bidang keuangan, moneter, dan perbankan yang dikeluarkan pemerintah pada tanggal 27 Oktober 1988. Kebijakan ini ditujukan untuk meningkatkan pengerahan dana masyarakat yang pada gilirannya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi serta perluasan lapangan pekerjaan (Afrianty et al., 2019).

BPR merupakan penjelmaan model baru dari lumbung desa dan bank desa dengan beraneka ragam namanya yang ada. Pada tahun 1980-an, BPR ini masih berada pada kawasan Pulau Jawa, kemudian status hukumnya diperjelas dengan izin dari Menteri Keuangan. Hukum yang telah diperjelas dan juga upaya pembenahan terhadap badan-badan kredit desa maka diproses menjadi lembaga keuangan bank. Struktur ekonomi sosial dan administrasi masyarakat desa sudah banyak mengalami perubahan sebagai akibat dari proses pembangunan,

maka keberadaan BPRS tidak lagi disamakan dengan lumbung desa, tetapi keberadaan BPR pada masa sekarang hingga yang akan datang diharapkan mampu menjadi alternatif pengganti yang terbaik bagi fungsi dan peranan lumbung desa dan bank desa dalam melindungi petani dari gejolak harga pagi dan resiko kegagalan masa produksi serta ketergantungan petani pada rentenir (Usman, 2014).

Kepastian bagi peluang beroperasinya BPR tanpa bunga yang sesuai dengan keinginan umat Islam tampak jelas dengan penjelasan lisan pemerintah dalam rapat kerja komisi VII BPR pada tanggal 5 Juli 1990, bahwa tidak ada halangan mendirikan atau mengoperasionalkan bank yang sesuai dengan prinsip syariat Islam selama dalam masa pengoperasian bank memenuhi kriteria kesehatan bank sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia. Pada bulan Agustus, para ulama cendikiawan muslim dan praktisi perbankan muslim menyusun suatu program pendirian BPR Islam. Sejak saat itu berdiri beberapa BPR yang kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah (Usman, 2014).

b. Pengertian BPRS

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, jenis perbankan dibagi dua, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Nur Safarah Yahdiyani, 2016). Berdasarkan pengertian dari Otoritas Jasa Keuangan, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan bagian dari perbankan Syariah yang secara regulasi memiliki segmentasi pasar yang berbeda dari Bank Umum Syariah. BPRS secara regulasi didorong untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya yang dimiliki pada pemberdayaan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah yang tidak terjangkau oleh perbankan besar (Mardhiyaturrositaningsih, 2021). Menurut Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dinyatakan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak

memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 2008).

Pada dasarnya BPRS adalah perbankan yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yakni di dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran seperti pada bank umum. Intermediasi yang dilakukan berupa menghimpun dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan dana (Fitriyah & Sholikhin, 2019).

c. Tujuan BPRS

Dalam setiap perusahaan sudah dipastikan bahwa memiliki tujuan dalam meningkatkan dan mengembangkan sebuah perusahaan tersebut tidak terkecuali dengan BPRS itu sendiri. Di dalam buku Nur Rianto Al Arif terdapat empat tujuan yang dikehendaki BPRS di dalam perekonomian yaitu (Al Arif, 2012) :

1) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah terpencil. Hal ini ditujukan agar terhindar dari jebakan rentenir yang menerapkan bunga.
2) Menambah lapangan pekerjaan terutama di tingkat kecamatan, sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.
3) membina semangat *ukhuwah Islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai.
4) BPRS akan mempercepat perputaran aktivitas perekonomian, karena sektor riil akan bergairah.

Dalam setiap tujuan yang akan dicapai, terdapat strategi dalam menempuh tujuan tersebut, dari tujuan di atas, maka perlu adanya penyusunan strategi operasionalnya, yaitu :

1) BPRS tidak bersifat menunggu nasabah ataupun datangnya permintaan, melainkan turut andil dan aktif dalam kegiatan sosial dengan melakukan sosialisai kepada usaha-usaha berskala kecil yang perlu tambahan modal.
2) BPRS memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya berjangka pendek dengan mengutamakan usaha skala menengah dan kecil.
3) BPRS mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan serta tingkat kompetitif suatu produk yang akan diberi pembiayaan.

d. Kegiatan BPRS

Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pada pasal 21 dijelaskan bahwa BPRS memiliki kegiatan usaha yang meliputi (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 2008) :

1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
   a) Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
   b) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
2) Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
   a) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*.
   b) Pembiayaan berdasarkan akad *murabah, salam,* atau *istishna*.

c) Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*.

d) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.

e) Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*.

3) Menempatkan dana pada Bank Syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi berdasarkan akad *mudharabah* dan/atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

4) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Umum Syariah, Bank Umum Konvensional, dan Unit Usaha Syariah.

5) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha bank syariah lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

e. Produk BPRS

Sebagai lembaga intermediasi, BPRS memiliki tugas sebagai penghimpun dana dan juga sebagai penyalur dana. Produk ini yang akan membantu masyarakat. Sebagian besar produk pada BPRS ialah sebagai berikut (Afrianty et al., 2019) :

1) Produk penghimpun dana masyarakat:

a) Simpanan Amanah

Simpanan Amanah merupakan titipan Amanah (*trustee account*) dari nasabah yang bentuk perjanjiannya ialah *wadi'ah* (titipan yang tidak mengandung risiko). BPRS memberikan bagi hasil yang diperoleh bank melalui pembiayaan kepada para nasabahnya.

b) Tabungan *Wadi'ah*

BPRS menerima tabungan (*saving account)* dari nasabah dalam bentuk tabungan bebas. Akad tabungan ini akad *wadi'ah*. Bagi hasil yang diperoleh bank akan diberikan kepada nasabah.

c) Deposito *Wadi'ah*/Mudharabah

Produk ini merupakan deposito berjangka (*time and investment account*) yang bank terima oleh nasabah. Akad dari produk ini bisa *wadi'ah* dan juga bisa *mudharabah*. Jangka waktu deposito normalnya ialah 1, 3, 6, 12 bulan dan seterusnya sebagai bentuk penyertaan modal sementara.

2) Produk Penyalur dana masyarakat :

a) Pembiayaan *mudharabah*

Pada pembiayaan *mudharabah*, BPRS mengadakan akad dengan nasabah. BPRS menyiapkan modal usaha bagi proyek yang dikelola oleh pengusaha. Keuntungan yang diperoleh akan dibagi berdasarkan perjanjian bagi hasil diawal sesuai kesepakatan antara BPRS dan juga pengusaha.

b) Pembiayaan *musyarakah*

Pada pembiayaan *musyarakah*, BPRS dan juga pengusaha melakukan perjanjian mitra usaha. Keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut akan dibagi sesuai kesepakatan di awal dan penyertaan masing-masing pihak.

c) Pembiayaan *Bai'u Bithaman Ajil*

Pembiayaan ini adalah jenis pembiayaan yang mengikat perjanjian dengan nasabah. BPRS menyediakan dana

untuk pembelian suatu asset atau barang yang dibutuhkan oleh nasabah guna mendukung proyek nasabah yang sedang dijalankan.

4. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Menurut UU RI Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan dijelaskan tentang jenis dan pengertian nasabah, dalam Pasal 1 angka 17 disebutkan bahwa nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank (Fernandes & Marlius, 2018).

Pada UU RI No. 21 Tahun 1998, pengertian nasabah dibagi menjadi tiga, yaitu (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 2008) :

1) Nasabah sebagai penyimpan. Nasabah ini menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah dengan nasabah yang bersangkutan.
2) Nasabah sebagai investor. Nasabah ini menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara bank syariah dengan nasabah yang bersangkutan.
3) Nasabah sebagai penerima fasilitas. Nasabah ini adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan prinsip syariah.

Menurut kamus perbankan, nasabah diartikan sebagai orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank yakni nasabah mempunyai sebuah rekening simpanan ataupun melakukan pinjaman pada bank (Fernandes & Marlius, 2018). Dalam meningkatkan minat nasabah, bank harus membuat nasabah merasa aman dan yakin untuk menyimpan dana pada bank tersebut. Bank dapat memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada

si penyimpan, hal ini bertujuan agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank. Balas jasa tersebut berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan yang lebih baik ataupun balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan semakin tinggi pula minat masyarakat dalam menyimpan uangnya (Fernandes & Marlius, 2018).

b. Kepuasan Nasabah

Secara harfiah, kepuasan adalah suatu cara untuk membuat pelanggan tidak kecewa dan dapat membeli kembali produk yang dipasarkan. Konsekuensi kepuasan pelanggan sangatlah krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah, dan para konsumen. Peningkatan kepuasan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang (Rumiyati & Syafarudin, 2021).

Menurut Kotler dan Keller (Kotler & Keller, 2013), pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi sesuai dengan yang diinginkan pelanggan terlampaui. Terdapat 5 dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu :

1) *Price* (Harga), harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Harga merupakan komponen yang relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.
2) *Service Quality* (Kualitas Pelayanan), pelayanan sangat bergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan biasanya sulit ditiru karena pembentukkan *attitude* dan *behaviour* yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah.

3) *Product Quality* (Kualitas Produk), dengan kualitas produk yang baik maka pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut.
4) *Emotional Factor* (Faktor Emosional), seperti halnya membeli jas untuk mengikuti sebuah rapat, pelanggan akan merasa puas dan percaya diri jika mengenakan jas tersebut. Rasa percaya diri inilah yang menjadi salah satu faktor emosional.
5) *Efficiency* (Kemudahan), pelanggan akan merasa puas ketika dalam memperoleh suatu produk tersebut tidak diberi kesulitan dalam hal menerima ataupun proses pembayarannya. Pelanggan akan relatif puas jika diberikan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan tersebut.

c. Minat Nasabah

Minat dalam bahasa Inggris disandarkan pada kata "*interest*" dan dalam bahasa Arab pada kata "*Ihtimaam*" yang diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam minat terdapat pemusatan perhatian subjek, ada usaha untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai, atau berhubungan dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, dan juga ada daya penarik dari objek (Pauji & Nawawi, 2015).

Minat merupakan suatu sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Minat sendiri dibagi menjadi dua yaitu (Pauji & Nawawi, 2015):

1) Minat Primitif atau Biologis

Minat ini timbul dari adanya suatu kebutuhan jasmani seperti makanan, kenyamanan, dan aktivitas. Ketiga hal ini memberikan dampak yang dapat memuaskan dorongan

dan tingkat dalam mempertahankan organisme.

2) Minat Kultural atau Sosial

Minat ini berasal dari pembelajaran yang lebih tinggi tarafnya. Orang yang benar-benar terdidik ditandai dengan adanya minat yang luas terhadap suatu hal yang bernilai.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah

Nasabah sangat dipengaruhi oleh faktor yang ada di luar diri manusia (eksternal) dan faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (internal). Faktor tersebut ialah sebagai berikut (Fatimatuzahro & Aslikhah, 2020):

1) Faktor eksternal, mempunyai dua faktor yaitu faktor budaya dan faktor sosial.
2) Faktor internal, mempunyai dua faktor yakni faktor pribadi yang meliputi umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, serta situasi ekonomi. Selanjutnya faktor psikologis yang meliputi motif, persepsi, pembelajaran dan sikap.

5. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Menurut Tampubolon dan Prima, profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meningkatkan laba perusahaan dari hasil operasinya. Profitabilitas merupakan salah satu indikator yang mendukung kelangsungan hidup perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan menghasilkan minat dan kepercayaan publik untuk menghemat uang dengan bank (Supeno & Hendarsih, 2020).

Profitabilitas menurut Fadhila adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang diartikan bahwa profitabilitas adalah laba sebelum pajak dengan total aset yang dimiliki pada bank di periode tertentu (Damayanti, 2021).

Sedangkan menurut Oktaviana, profitabilitas ialah hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan ketika perusahaan tersebut menggunakan seluruh modal yang dimiliki untuk mendapatkan laba yang merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (Anjani & Hasmarani, 2015).

Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas ialah kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan laba perusahaan dengan menggunakan seluruh modal perusahaan untuk mendapatkan laba pada periode tertentu.

b. Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir, rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan bank dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu bank yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Yusuf & Mahriana, 2016).

Adapun jenis-jenis rasio profitabilitas yang masing-masing jenis rasio ini digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu adalah sebagai berikut (Saragih, 2013):

1) Gross Profit Margin (GPM) adalah rasio yang mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien.
2) Operating Profit Margin (OPM) adalah perbandingan antara laba usaha dan penjualan. Rasio ini menggambarkan apa yang biasanya disebut pure profit yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan.
3) Net Profit Margin (NPM) adalah keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. NPM menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat volume usaha tertentu.

4) Return on Invesment (ROI) adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia dalam perusahaan. Rasio ini digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan.
5) Return on Equity (ROE) adalah perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas. Rasio ini merupakan suatu pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang diinvestasikan didalam perusahaan. Rasio ini memperlihatkan sejauh mana perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan.

c. Tujuan Rasio Profitabilitas

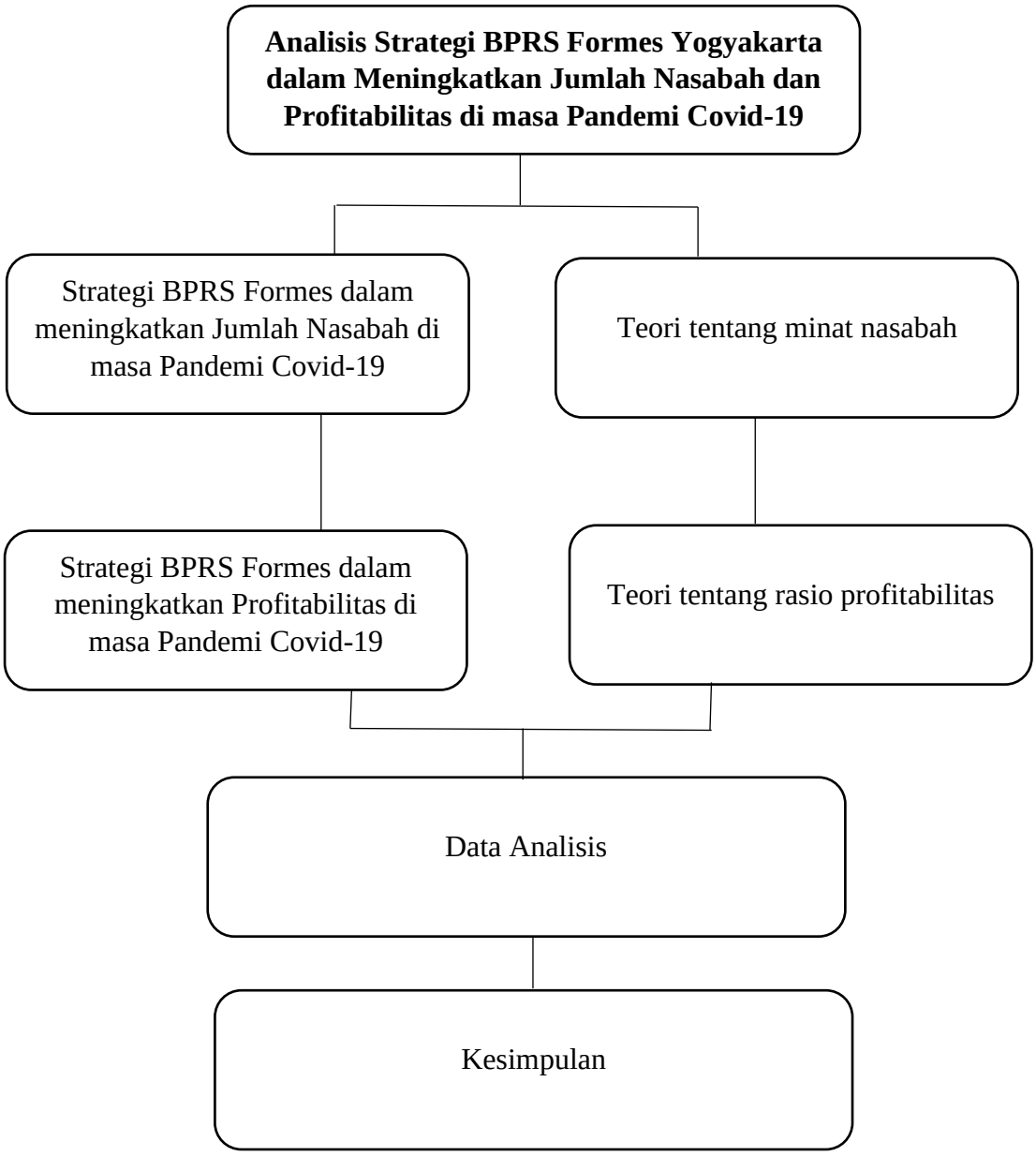
Tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan ialah (Saragih, 2013) :

1) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3) Untuk menilai perkembangan dari waktu ke waktu.
4) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal perusahaan.

C. Kerangka Berpikir

Rujukan dalam tinjauan Pustaka akan sangat bermanfaat untuk penyusunan kerangka berpikir. Kerangka berpikir adalah hubungan antar konsep sehingga membentuk bangunan berpikir (Darmalaksana, 2020).

Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir



BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian atau yang dapat disebut sebagai metode penelitian adalah skenario pelaksanaan penelitian yang dijalankan (Darmalaksana, 2020). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yakni penelitian ini berdasarkan pada realita yang ada dan terjadi di lapangan. Metode penelitian kualitatif ialah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Pauji & Nawawi, 2015). Metode penelitian kualitatif lebih umum digunakan oleh akademisi (Darmalaksana, 2020).

Penelitian ini mengambil fakta yang ada di lapangan, dalam hal ini yaitu di BPRS Formes Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui strategi dari BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa pandemi Covid-19.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Sesuai dengan judul yang dikemukakan oleh peneliti, lokasi dalam penelitian ini di BPRS Formes Yogyakarta yang berlokasi di jalan Jl. Gito Gati Km. 1, Grojogan, Pandowoharjo, Banaran, Sendangadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2021.

C. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa pandemic Covid-19.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yang akan digunakan yaitu (Nugrahani, 2014):

1. Data primer merupakan sumber data merupakan sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan seperti wawancara kepada narasumber. Narasumber pada penelitian ini ialah Bapak Muhammad Khozin dan Ibu Dianita dari divisi Marketing, dan Bapak Iman Tribowo dari divisi Operasional.
2. Data sekunder yaitu sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat oleh orang lain seperti buku, dokumen, dan lain-lain. Data sekunder pada penelitian ini mengambil dari website BPRS Formes Yogyakarta. Data yang diambil berupa sejarah BPRS Formes, visi misi BPRS Formes, dan produk-produk yang ditawarkan pada BPRS Formes Yogyakarta.

E. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis data yang dibutuhkan dan ketersediaan sumber data yang memungkinkan penggalian informasi di lapangan, maka dalam menentukan teknik pengumpulan data menggunakan teknik triangulasi data yaitu dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi (Nugrahani, 2014).

1. Observasi

   Observasi merupakan bagian yang sangat penting dalam mengumpulkan data kualitatif. Observasi merupakan teknik untuk menggali data dari sumber yang berupa tempat, aktivitas, benda, atau rekanan gambar (Nugrahani, 2014). Dalam mengumpulkan data melalui teknik observasi, peneliti mengamati secara langsung bagaimana strategi yang dilakukan oleh BPRS Formes Yogyakarta untuk meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa pandemi Covid-19.

2. Wawancara

   Sumber data utama pada penelitian kualitatif ialah manusia yang berkedudukan sebagai informan. Wawancara merupakan teknik penggalian data yang utama yang sangat penting untuk mendapatkan data sebanyak-banyaknya yang lengkap serta mendalam (Nugrahani, 2014). Narasumber yang akan diwawancari oleh peneliti pada penelitian ini yaitu Bapak Muhammad Khozin dan Ibu Dianita dari divisi Marketing, dan Bapak Iman Tribowo dari divisi Operasional. Peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai bantuan dalam mengumpulkan data serta alat bantu rekaman untuk mempermudah dalam proses mengambil dan mengelolah data.

3. Dokumentasi

   Teknik ini digunakan untuk memperoleh data-data informasi serta pengetahuan kepustakaan yang berkaitan dengan materi penelitian dalam penyusunan penelitian ini seperti profil perusahaan, macam-macam produk, struktur dan lain-lain (Pauji & Nawawi, 2015). Dokumentasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan pencatatan dan mengumpulkan dokumen yang diperlukan di BPRS Formes Yogyakarta.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti sendiri yang menjadi alat pengumpul data dan tidak dapat diwakilkan atau didelegasikan (Raco, 2018). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Recorder / rekaman Digunakan untuk merekam suara ketika wawancara sedang berlangsung.
2. Dokumentasi Dokumentasi yang diperlukan dalam penelitian seperti profil perusahaan, macam-macam produk, dan lain-lain.

3. Pedoman Wawancara Poin penting yang akan ditanyakan oleh peneliti kepada narasumber terkait. Adapun aspek yang ditanyakan ialah sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

ASPEK	Instrumen Penelitian
Dampak Pandemi Covid-19	1. Dampak apa yang dirasakan oleh BPRS Formes pada masa Pandemi Covid-19? 2. Hambatan apa saja yang mempengaruhi BPRS Formes selama masa pandemi Covid-19?
Pemasaran	1. Bagaimana konsep pemasaran yang ditawarkan oleh BPRS Formes? 2. Apakah konsep pemasaran yang ditawarkan berdampak positif bagi nasabah pada masa pandemi Covid-19? 3. Apakah pemasaran yang diterapkan berpengaruh terhadap profitabilitas? 4. Menurut bapak/ibu, apakah ada hubungan antara peningkatan jumlah nasabah dan profitabilitas dalam sisi pemasaran pada masa pandemi Covid-19?
Peningkatan Jumlah Nasabah	1. Apakah dampak Covid-19 mempengaruhi penurunan jumlah nasabah di BPRS Formes? 2. Bagaimana pelayanan BPRS Formes dalam mendapatkan kepercayaan nasabah pada masa Pandemi Covid-19?

	3. Bagaimana pelayanan BPRS formes dalam memicu peningkatan jumlah nasabah? 4. Menurut bapak/ibu apakah ada produk unggulan di BPRS Formes? 5. Apakah produk tersebut mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah? 6. Apa saja promosi yang ditawarkan BPRS Formes dalam meningkatkan jumlah nasabah?
Profitabilitas	1. Berapa banyak nasabah yang melakukan penundaan angsuran selama pandemi Covid-19? 2. Langkah apa saja yang diterapkan BPRS Formes dalam meningkatkan profitabilitas? 3. Peran apa yang dilakukan BPRS Formes dalam mempertahankan profitabilitas ?
Strategi	1. Strategi apa saja yang diterapkan BPRS Formes dalam menghadapi pandemi Covid-19? 2. Strategi apa saja yang meningkatkan jumlah nasabah BPRS Formes pada masa pandemi Covid-19? 3. Strategi apa saja yang meningkatkan profitabilitas BPRS Formes pada masa pandemi Covid-19?

G. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman, analisis data model interaktif memiliki tiga komponen. Ketiga komponen ini harus ada dalam analisis data kualitatif, sebab hubungan dan keterkaitan antara ketiga komponen itu harus dikomparasikan untuk menentukan arahan isi simpulan sebagai hasil akhir penelitian (Nugrahani, 2014). Ketiga komponen itu sebagai berikut:

1. Reduksi data

   Reduksi data ialah proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian atau pemfokusan. Penyederhanaan dan pengabstraksian dari semua jenis informasi yang mendukung data penelitian yang diperoleh dan dicatat selama proses penggalian data di lapangan. Proses ini merupakan langkah analisis data kualitatif yang bertujuan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, memperjelas, dan membuat fokus dengan membuang hal- hal yang kurang penting, dan mengorganisasikan serta mengatur data sedemikian rupa.

2. Sajian Data

   Sajian data adalah sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan kepada peneliti untuk menarik simpulan dan pengambilan tindakan. Sajian data disampaikan dalam bentuk narasi, yang dilengkapi matriks, gambar, grafik, bagan, tabel, dan sebagainya.

3. Penarikan Kesimpulan

   Penarikan kesimpulan merupakan suatu kegiatan penafsiran terhadap hasil analisis dan intrepretasi data. Penarikan simpulan ini hanyalah salah satu kegiatan dalam konfigurasi yang utuh. Simpulan perlu diverifikasi selama penelitian berlangsung agar dapat dipertanggujawabkan.

Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Data Perusahaan

a)	Nama Perusahaan	: PT BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH FORMES
b)	Alamat Perusahaan	: Jalan Gito Gati Km. 1 Grojogan, Pandowoharjo, Sleman, Yogyakarta
c)	Izin Operasional	
	Nomor	: 10/86/KEP.GBI/DpG/2008
	Tanggal	: 23 Desember 2008
d)	E-mail	: formesbprs@gmail.com
e)	Website	: http://bprsformes.com/

2. Sejarah BPRS Formes Yogyakarta

Tahun 2009 menjadi tahun yang menghadirkan banyak peluang bagi industri perbankan syariah untuk melakukan ekspansi pasar. Tingkat *awareness* masyarakat yang semakin tinggi terhadap sistem perbankan alternatif yang berlogo iB (dibaca ai-bi, *Islamic banking*) ini, sebagai hasil dari sosialisasi secara intensif oleh regulator selama tiga tahun belakangan, pada tahun 2009 memasuki tahap siap untuk mencoba berbagai kelebihan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank-bank syariah. Ibarat buah yang mulai ranum, antusiasme masyarakat ini siap dipetik oleh bank-bank syariah yang jeli dan sigap menangkap peluang pasar. Dan jika itu terjadi, maka tidak mustahil iB akan melaju lebih kencang lagi dari pertumbuhannya selama ini yang telah sangat impresif mencapai 46,3 % per tahun (rata-rata pertumbuhan lima tahun terakhir).

Pada tanggal 22 Desember 2008 Bank Indonesia mengeluarkan surat keputusan Izin Usaha No.10/86/KEP.GBI/DpG/2008, dengan adanya surat

keputusan tersebut maka secara resmi BPRS Formes telah mendapatkan Izin operasional usaha. Pembukaan perdana PT BPRS Formes Yogyakarta pada tanggal 19 Januari 2009 ditandai dengan *soft opening* yang dihadiri oleh Wakil Bupati Sleman, yang sekarang menjabat sebagai Bupati Sleman Drs. H. Sri Purnomo, M.Si., Prof. Dr. H. Amir Mu'alim, M.A., Drs. H. M. Sularno, M.A. dan juga Dewan Komisaris yaitu Madiyono S.E. dan Toto Suparwoto, S.Pd.

PT BPRS Formes Yogyakarta sebagai lembaga investasi syariah terus mengembangkan usaha kecil dan menengah dengan memberikan pembiayan baik untuk modal tetap maupun untuk modal usaha. Dalam kenyatannya para pengusaha kecil dan menengah ternyata lebih dapat bertahan dan berkembang dalam kondisi krisis sekalipun dan tetap dapat memberikan tingkat keuntungan investasi yang besar. Hal ini dikarenakan mereka dapat dengan cepat menyesuaikan diri dengan lingkungan usaha yang selalu berubah, serta dengan pengelolaan usaha yang sangat efisien.

Dalam waktu 3 (tiga) tahun terakhir, PT BPRS Formes Yogyakarta mengalami pertumbuhan yang cukup signitifikan baik dari permodalan maupun jumlah aset yang terus meningkat. Hal ini membuktikan bahwa PT BPRS Formes Yogyakarta semakin dipercaya oleh nasabah dan masyarakat dalam fungsinya sebagai lembaga keuangan syariah.

Sesuai dengan visinya, PT BPRS Formes Yogyakarta berusaha untuk menjadi Lembaga Keuangan Syariah yang terpercaya. Hingga akhir Desember 2011, total aset PT BPRS Formes Yogyakarta telah mencapai lebih dari 15 miliar rupiah.

3. Visi Misi BPRS Formes Yogyakarta

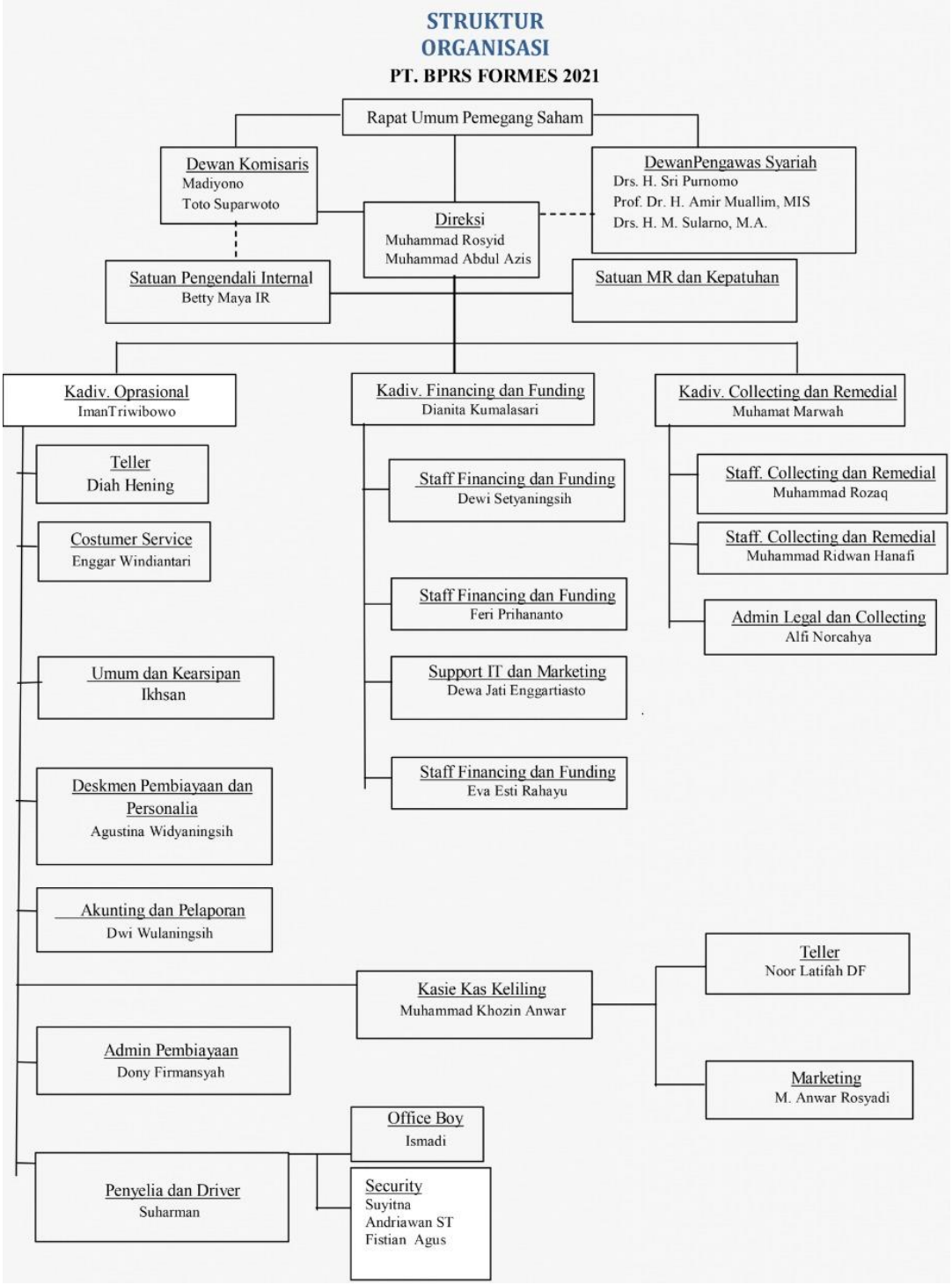
a) Visi

Menjadikan penyedia jasa keuangan syariah yang terkemuka dan profesional yang secara konsisten memberikan pengalaman interaksi yang terbaik.

b) Misi

1) Menjalankan usaha dengan hati-hati dan berkesinambungan untuk mendapatkan hasil yang optimal.
2) Menyediakan produk dan jasa keuangan yang memberikan solusi atas kebutuhan keuangan nasabah dengan menjunjung tinggi integritas dan profesionalisme.
3) Membekali karyawan dengan pelatihan-pelatihan serta memberikan penghargaan atas prestasi kerja.
4) Melayani seluruh lapisan masyarakat dengan mempertahankan standar kualitas yang tinggi serta berusaha menjadi panutan dalam pelaksanaan tata kelola yang baik (*Good Corporate Governance*).
5) Memberikan edukasi perbankan syariah kepada masyarakat secara optimal.

4. Struktur Organisasi



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BPRS Formes Yogyakarta 2021 (Enggar, n.d.)

5. Produk BPRS Formes Yogyakarta

Produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS Formes antara lain sebagai berikut:

a. Produk pendanaan BPRS Formes

1) Tabungan Wadiah

Tabungan dengan akad titipan yang atas seijin nasabah dapat digunakan untuk operasional BPRS, dengan ketentuan nasabah tidak mendapatkan bagi hasil atas penyimpanan dananya, tetapi berhak mendapatkan kompensasi yang nilainya ditentukan oleh BPRS.

a) Tabungan Mitra Amanah

- Tabungan khusus yang digunakan untuk fasilitas pembiayaan dari BPRS (tabungan untuk kewajiban pembayaran angsuran pembiayaan).
- Penabung diberikan bonus atas keuntungan yang diperoleh BPRS.
- Tidak ada potongan setiap bulannya.
- Biaya pembukaan rekening Rp 25.000,-
- Setor pertama min. Rp 50.000,-
- Setoran selanjutnya min. Rp 10.000,-
- Saldo min. Rp 10.000,-

b) Tabungan Taman

- Tabungan yang bisa disetor dan diambil sewaktu-waktu.
- Penabung diberikan bonus atas keuntungan yang diperoleh BPRS.
- Biaya pembukaan rekening Rp 10.000,-
- Setor pertama min. Rp 50.000
- Setoran selanjutnya min. Rp 10.000,-
- Saldo min. Rp 10.000,-

c) Tabungan Zakiah

- Tabungan untuk tujuan khusus yaitu penyaluran zakat, infak, dan sedekah.
- Tabungan yang bisa di setor dan diambil sewaktu-waktu.
- Penabung diberikan bonus atas ketentuan yang diperoleh BPRS.
- Tidak ada potongan setiap bulannya.
- Biaya pembukaan rekening Rp 10.000,-
- Setor pertama min. Rp 50.000,-
- Setoran selanjutnya min. Rp 10.000,-
- Saldo min. Rp 10.000,-

2) Tabungan Mudharabah

Tabungan dengan akad simpanan dalam bentuk investasi yang dimanfaatkan secara produktif untuk usaha kecil dan menengah (UKM) dengan ketentuan bagi hasil atau nisbah yang nilainya disepakati pada saat pembukaan tabungan.

a) Tabungan Mabrur

- Tabungan berdasarkan prinsip syariah mudharabah untuk tujuan khusus persiapan ibadah haji dan umroh.
- Penarikan tabungan dapat dilaksanakan pada saat menjelang pembayaran haji/umroh sesuai perencanaan nasabah.
- Biaya pembukaan rekening Rp 50.000,-
- Setor pertama min. Rp 50.000,-
- Setoran selanjutnya min. Rp 10.000,-
- Saldo min. Rp 10.000,-
- Bila saldo sudah mencukupi akan dibantu proses pengurusan selanjutnya.

b) Tabungan Ulil Albab

- Tabungan berdasarkan prinsip syariah mudharabah untuk kemudahan perencanaan keuangan masa depan persiapan biaya pendidikan putra/i.
- Penarikan tabungan dapat dilakukan dengan syarat dan waktu tertentu.
- Bagi hasil yang kompetitif dan tidak boleh diambil sewaktu-waktu kemudian akan otomatis masuk simpanan kembali.
- Biaya pembukaan rekening Rp 50.000,-
- Setor pertama min. Rp 50.000,-
- Setoran selanjutnya min. Rp 10.000,-
- Saldo min. Rp 10.000,-
- Bila saldo sudah mencukupi akan dibantu proses pengurusan selanjutnya.

c) Tabungan Al-kautsar

- Tabungan berdasarkan prinsip syariah mudharabah untuk persiapan ibadah qurban.
- Penarikan tabungan dapat dilakukan menjelang hari raya qurban, berupa uang *cash*/hewan qurban.
- Biaya pembukaan rekening Rp 10.000,-
- Setor pertama min. Rp 50.000,-
- Setoran selanjutnya min. Rp 10.000,-
- Saldo min. Rp 10.000,-

d) Tabungan Sahabat

- Tabungan berdasarkan prinsip mudharabah yang diperuntukkan bagi lembaga atau instansi yang ingin menabung atas nama lembaga atau instansi.
- Penyetoran dilakukan sewaktu-waktu dan penarikannya dilakukan sesuai kesepakatan.
- Tabungan yang bisa di setor dan diambil sewaktu-waktu.
- Biaya pembukaan rekening Rp 100.000,-

- Setor pertama min. Rp 100.000,-
- Setoran selanjutnya min. Rp 50.000,-
- Saldo min. Rp 50.000,-

3) Deposito Mudharabah

Investasi mudharabah salam

- Investasi berjangka dari perorangan/lembaga dalam bentuk deposito yang dikelola berdasarkan prinsip syariah mudharabah.
- Jangka waktu fleksibel 1,3,6 dan 12 bulan (fasilitas perpanjangan otomatis atau ARO/*Automatic Roll Over*).
- Bagi hasil yang kompetitif (atas keuntungan yang diperoleh BPRS) dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
- Dicairkan pada saat jatuh tempo.
- Setor pertama min. Rp500.000,-
- Biaya materai Rp 10.000,-

4) Simpanan Mudharabah

SI AMIN (Simpanan Masa Depan Terjamin)

- Tabungan berjangka berdasarkan prinsip syariah mudharabah dengan jumlah setoran bulan tetap (*installment*).
- Jangka waktu/periode tabungan 1 s.d 15 tahun.
- Dapat disetorkan 1 kali setiap bulan/triwulan/semesteran secara akumulatif, dengan pilihan setoran Rp 50.000,-, Rp 100.000,-, Rp 200.000,- sesuai kesepakatan.
- Bagi hasil yang sangat menarik dan kompetitif (nisbah nasabah kisaran 60%-65%).
- Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka Panjang.

b. Produk pembiayaan BPRS Formes

1) Murabahah iB

Pembiayaan untuk beli barang (rumah, tanah, mobil, alat produksi dan sejenisnya)

2) Ijarah iB

Pembiayaan untuk sewa (sewa lahan usaha, sewa tempat usaha dan sewa alat produksi)

3) Musyarakah dan mudharabah iB

Pembiayaan untuk mengembangkan usaha (modal perusahaan)

4) Ijarah multijasa iB

Pembiayaan untuk jasa-jasa (biaya rumah sakit, biaya menikah dan lain-lain)

5) Qord

Pembiayaan pinjaman

B. Hasil Penelitian

Demi mencapai tujuan penelitian, peneliti terjun ke lapangan untuk melakukan wawancara kepada para narasumber. Wawancara dilakukan di kantor BPRS Formes Syariah. Sesuai yang telah dikemukakan pada Bab 1 bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi BPRS Formes dalam meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa Pandemi Covid-19. Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, peneliti menguraikan ke dalam beberapa aspek berikut:

1. Dampak Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 mulai menyebar di Indonesia pada bulan Maret 2020 sampai dengan sekarang. Pandemi menyebabkan banyak kegiatan yang tidak dapat berjalan sebagai mestinya. Dampak dari pandemi sendiri ada banyak, di antaranya pemutusan hak kerja pada karyawan, diberlakukannya sistem daring pada berbagai aspek kehidupan seperti sekolah, kantor, dan lain-lain. Kondisi ini menyebabkan beberapa aspek dalam kehidupan sehari-hari menjadi terganggu.

Berdasarkan hasil wawancara, menurut Bapak Khozin yang bertugas di divisi marketing, beliau menyebutkan bahwa pandemi meruntuhkan sendi-sendi kehidupan, pada awal pandemi, tidak adanya aktivitas selama beberapa bulan. Beliau menyimpulkan bahwa 60 sampai 70 per sen pembiayaan diundur yang menyebabkan pembiayaan macet. Pada bulan Agustus, pemberlakuan *Social Distancing* direnggangkan, tetapi tidak semua aktivitas diperbolehkan untuk melakukan aktivitas di luar, seperti sekolah. Akibatnya pelaku UMKM yang berjualan di sekolah yang melakukan pembiayaan di BPRS Formes tidak dapat membayar angsuran tepat waktu dan menjadi pembiayaan macet. Adapun halnya di bidang properti, menurut Bapak Khozin, proyek pembuatan rumah dan properti menjadi macet dikarenakan nasabah mengarahkan pengeluaran mereka untuk bertahan hidup dalam menjalani pandemi Covid-19. Menurut beliau solusi yang tepat ialah dengan regulasi pemerintah dalam membantu lembaga keuangan, seperti dana pihak ketiga yang ringan, ini bertujuan untuk tetap menggiatkan aktivitas di BPRS Formes dalam menyalurkan dana kepada nasabah, serta diterapkannya restrukturisasi untuk nasabah.

Lain halnya dengan pernyataan Ibu Nita yang bertugas di divisi marketing terkait dampak pandemi Covid-19. Menurut beliau dampak yang dirasakan BPRS Formes ialah berkurangnya kuantitas nasabah yang mengajukan pembiayaan maupun tabungan di BPRS Formes. Sebelum adanya Covid-19, nasabah yang lokasinya dekat dengan kantor biasanya mengajukan pembiayaan secara langsung dengan datang ke kantor, membawa persyaratan serta jaminan yang akan diberikan. Tetapi setelah Covid-19 melanda Indonesia, serta pemberlakuan *social distancing*, tidak ada nasabah yang datang ke kantor untuk mengajukan pembiayaan. Ini dilakukan karena pada awal Covid-19, banyak usaha nasabah yang mengalami keterpurukan, sehingga membuat nasabah berpikir dua kali untuk menggunakan dana yang mereka punya untuk membuka usaha lagi. Dana yang ada mereka gunakan untuk bertahan hidup, tetapi BPRS Formes tetap berjaga-jaga apabila terdapat nasabah yang ingin mengajukan

pembiayaan, karena bisa saja nasabah yang mengajukan pembiayaan modal kerja, dana dipergunakan bukan untuk modal kerja melainkan bertahan hidup.

2. Pemasaran

Pemasaran ialah upaya institusi dalam memenuhi kebutuhan masayrakat, berfungsi untuk memperoleh keuntungan. Pada penelitian ini, peneliti mempertanyakan bagaimana konsep pemasaran yang diterapkan, dampak pemasaran tersebut kepada peningkatan jumlah nasabah dan profitabilitas. Ini dilakukan untuk mengetahui pemasaran yang digunakan dan diterapkan agar memperoleh jumlah nasabah dan profitabilitas.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Khozin, beliau memberikan pernyataan bahwa konsep yang digunakan BPRS Formes masih menggunakan cara konvensional, cara ini dilakukan dengan cara mengunjungi beberapa pangsa pasar yang telah ditetapkan, dan mendatangi nasabah-nasabah lama untuk menjalin silaturahmi. Sistem ini bisa juga disebut dengan sistem jemput bola. Pihak BPRS Formes memberikan penawaran-penawaran di pasar-pasar. Selain memberikan penawaran di pasar, pihak BPRS juga mengembangkan wilayah penyebaran pangsa pasar, seperti sekolah, rumah sakit, masjid, dan lain-lain. Penyebaran pangsa pasar ini menggunakan mobil kas keliling yang beroperasi di daerah Seyegan dan pasar Pakem. Terdapat cara lain, yaitu menghubungi nasabah-nasabah lama. Data nasabah lama yang sudah dikumpulkan dapat dihubungi kembali untuk diberikan penawaran lagi. Upaya lain yang masih diusahakan oleh pihak BPRS Formes adalah dengan web untuk memberikan penawaran. Tujuan menggunakan web sebagai media penawaran adalah untuk menarik minat nasabah-nasabah muda yang saat ini bernaung di era digitalisasi. Jika cara ini bisa diterapkan, maka calon nasabah mendapatkan kemudahan bila ingin mengajukan pembiayaan. Dengan cara-cara di atas, memungkinkan adanya dampak yang diterima untuk peningkatan jumlah nasabah dan profitabilitas.

Menurut Bapak Iman selaku karyawan di bidang operasional, BPRS membuat RBB (Rencana Bisnis Bank) yang direncanakan setiap akhir tahun. Menurut beliau, RBB di tahun 2022 terdapat produk-produk baru yang sedang dibuat. Produk tersebut ialah IMBT, Piutang Sewa, serta *refinance*. Pemasaran dilakukan dengan cara penawaran kepada pangsa pasar yang sudah ada dan kepada nasabah-nasabah lama. RBB yang ditetapkan di bulan Januari kemarin sudah mulai terlaksana secara bertahap, dan menurut beliau pada bulan Maret atau April, nasabah pembiayaan sudah mulai meningkat. Peningkatan pelayanan nasabah juga ditingkatkan, ditujukan untuk calon nasabah yang datang ke kantor dapat dilayani secara cepat dan memuaskan nasabah.

Menurut Ibu Nita, saat pandemi seperti ini, konsep pemasaran yang digunakan via media sosial, seperti WhatsApp, Facebook, dan Web. Media sosial dikelola oleh kantor, sedangkan untuk personal lebih mengedepankan *personal selling*. Nasabah yang sudah diberikan penawaran oleh pihak BPRS dan masih berpikir terlebih dahulu dapat memberikan kepastian pada *contact person* yang sudah ada. Setelah itu nasabah akan diberikan form pengajuan pembiayaan ataupun form untuk menabung. Nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan yang telah mengisi form akan ditindak-lanjuti, dan dianalisis. Setelah persyaratan telah dipenuhi, maka pihak BPRS mendatangi nasabah tersebut dan melanjutkan persetujuan pembiayaan. Menurut beliau penggunaan media sosial sangatlah berguna di kala pandemi seperti ini, karena dengan media sosial, penyebaran informasi bisa lebih luas dan menjangkau daerah Sleman.

3. Peningkatkan Jumlah Nasabah

Nasabah adalah orang yang melakukan kerja sama atau transaksi dengan bank. Bentuk transaksi yang dilakukan oleh nasabah bisa berupa menyimpan dana ataupun mengajukan pembiayaan untuk modal kerja. Selama pandemi Covid-19 berlangsung, dampak yang dirasakan nasabah yang melakukan pembiayaan sangat besar, dan memutuskan untuk

menggunakan dananya untuk bertahan hidup terlebih dahulu. Akibatnya nasabah BPRS Formes mengalami penurunan yang cukup drastis.

Menurut Bapak Khozin, untuk sekarang ini karena pandemi sudah mulai bisa dikendalikan, maka perekonomian akan meningkat secara bertahap, nasabah yang mempunyai pembiayaan di BPRS Formes mulai membuka kembali usaha tersebut. Yang menjadi permasalahan pada BPRS ialah kompetitor yang cukup banyak, terlebih lagi bank-bank yang dinaungi oleh pemerintah. Bank-bank ini tidak terlalu kesulitan dalam mencari dana, dengan begitu bunga yang diberikan lebih ringan dan membuat banyak masyarakat yang beralih dari BPRS Formes. Tetapi beliau masih memiliki keyakinan dalam hal performa BPRS Formes yang memiliki ikatan silaturahmi yang baik dengan nasabah-nasabah yang sudah lama mengambil pembiayaan di BPRS Formes. Berdasarkan pernyataan beliau, produk unggulan yang dapat meningkatkan jumlah nasabah yaitu produk *murabahah* properti untuk pembuatan rumah.

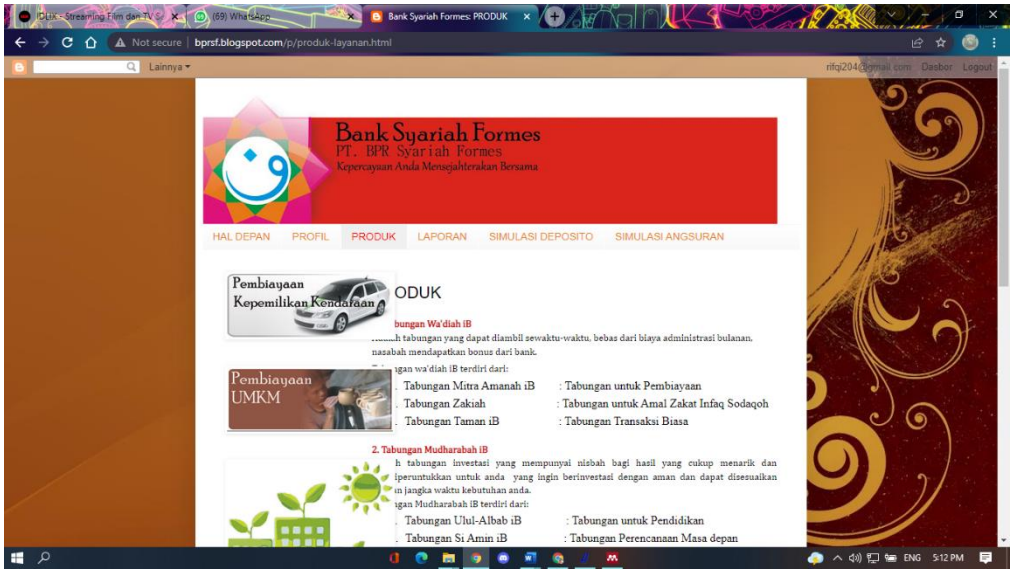
"*Karena untuk saat ini, tingkat hunian keislaman kan sedang tinggi ya, sudah mulai meningkat. Sleman ini termasuk daerah dengan tempat hunian yang nyaman, jadi banyak pembuatan cluster kecil."*

Beliau menyatakan bahwa BPRS Formes dapat membuatkan semuanya dari pengadaan tanah, pembuatan rumah sampai selesai. Selain itu untuk meningkatkan jumlah nasabah, pihak BPRS melakukan pengenalan produk di pusat keramaian menggunakan mobil kas keliling serta promosi ke sekolah.

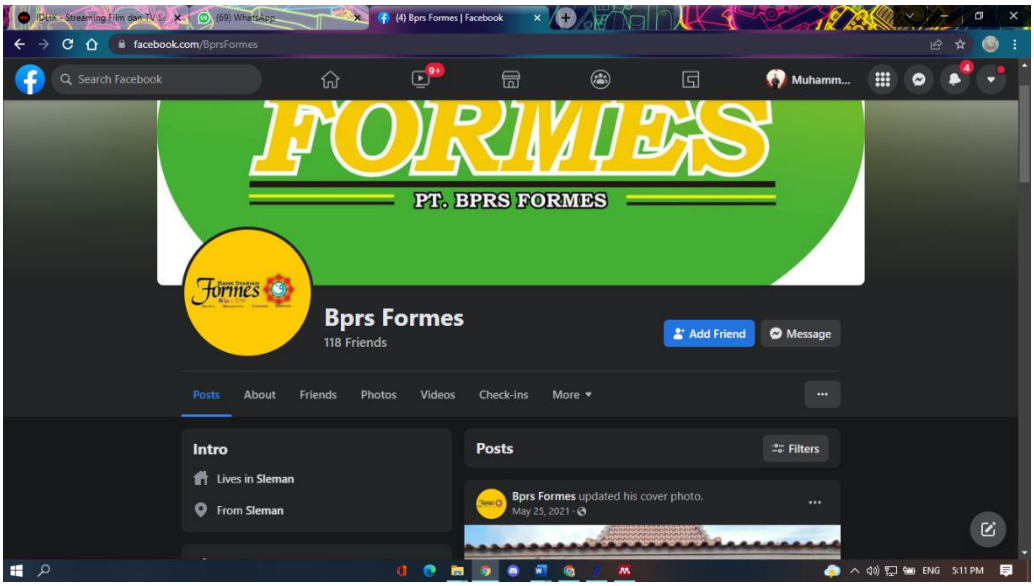
Berdasarkan faktanya, berkomunikasi sangatlah penting. Komunikasi membuka jalan bagi yang membutuhkan sesuatu, sehingga segalanya menjadi mudah. Menurut Bapak Iman, cara berkomunikasi merupakan salah satu keunggulan dari BPRS Formes. Itu dikarenakan dengan berkomunikasi antara pihak BPRS Formes dengan nasabah bisa mempertanyakan kendala yang sedang dialami oleh nasabah tertentu, dengan begitu pihak BPRS Formes dapat memberikan solusi-solusi yang mempermudah nasabah tersebut.

Adapun cara lain dengan menggunakan mobil kas keliling. Mobil kas keliling digunakan di hari-hari tertentu dan dijalankan oleh karyawan-karyawan BPRS Formes. Selain dengan *personal selling*, mobil kas keliling juga memiliki peranan penting dalam memberikan sosialisasi produk dan pengadaan transaksi di tempat. Mobil kas keliling ini digunakan untuk berkeliling di daerah-daerah yang tidak terjangkau oleh kantor, dengan begitu calon nasabah yang ingin melakukan pengajuan pembiayaan dapat diajukan di mobil kas keliling ini.

Penggunaan media sosial juga merupakan hal penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Selain dengan promosi keliling, *personal selling*, pengadaan pembiayaan lewat media sosial dan web merupakan hal penting. Berdasarkan pernyataan Ibu Nita, promosi lewat media sosial dapat dikatakan menguntungkan dalam meningkatkan jumlah nasabah. Nasabah yang jauh bisa mendapatkan informasi jika BPRS membuka pengajuan, informasi ini didapatkan dari sosialisasi di media sosial. Media Sosial yang digunakan oleh pihak BPRS Formes yaitu Website dan Facebook sebagai media untuk promosi, *branding* perusahaan, pengiklanan produk-produk baru. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan mas Enggar selaku karyawan yang memegang sistem website dan promosi sosial media di BPRS Formes Yogyakarta. beliau menyatakan bahwa pada media sosial Facebook rata-rata pengunjung sekitar 6 sampai 7 orang perhari. Pengunjung yang ingin menanyakan perihal pembiayaan diarahkan untuk berkomunikasi melalui Facebook Messenger dan diteruskan kepada pihak Marketing BPRS Formes Yogyakarta. penggunaan website BPRS Formes Yogyakarta memiliki kapasitas pengunjung sebanyak 500 orang perbulannya, dalam pengecekan pengunjung yang melihat situs BPRS Formes Yogyakarta dilihat pertiga hari, dan setelah dilakukan *maintenance*, dalam satu harinya terdapat 3 sampai 6 orang perharinya yang mengunjungi situs BPRS Formes Yogyakarta.



Gambar 4. 2 Website BPRS Formes Yogyakarta



Gambar 4. 3 Facebook BPRS Formes Yogyakarta

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak BPRS Formes, terdapat kenaikan jumlah nasabah setelah dilakukan berbagai strategi, dengan jumlah nasabah sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Jumlah Nasabah sebelum dan sesudah Pandemi Covid-19

Periode	Jumlah Nasabah
Sebelum Pandemi Covid-19 (sebelum Maret 2020)	625 Nasabah
Awal Pandemi Covid-19 (Maret 2020)	535 Nasabah
Pandemi Covid-19 (2020-2022)	650 Nasabah

4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu kemampuan instansi dalam menghasilkan keuntungan dalam periode tertentu. Profitabilitas bertujuan untuk mengukur apakah lembaga tersebut bisa mencapai target yang telah ditentukan oleh lembaga tersebut. Selama masa pandemic, segala kegiatan menjadi terhambat, salah satunya masyarakat yang tidak dapat melakukan aktivitas berupa bekerja ke kantor, ke sekolah, dan lain-lain. Aktivitas yang dibatasi ini menyebabkan penurunan jumlah nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan, dari penurunan jumlah nasabah tersebut, maka berkurang juga profitabilitas yang diperoleh oleh bank, terutama BPRS. BPRS selaku lembaga yang menerima dan menyalurkan dana menjadi sedikit terhambat karena profitabilitas yang diperoleh tidak memenuhi target yang ditentukan.

Menurut Bapak Khozin, penurunan jumlah nasabah sangat berpengaruh dengan tingkat profitabilitas yang diperoleh, karena permasalahan dari profitabilitas ialah angsuran yang tidak dibayar ataupun ditunda. Menurut beliau terdapat 10 persen penurunan jumlah nasabah saat pandemi, dan tetap berpengaruh karena dari 10 persen ini bisa dijadikan ekpansi untuk meningkatkan keuntungan. Pandemi Covid-19 meruntuhkan berbagai sektor kehidupan, salah satunya perekonomian. Banyaknya nasabah yang mempunyai usaha dan memiliki pembiayaan di BPRS Formes Yogyakarta mengurungkan niatnya untuk mengangsur dan memilih untuk menunda angsuran demi bertahan hidup terlebih dahulu. Penundaan angsuran ini mengakibatkan *Non-Performing Finance* (NPF) meningkat. Menurut beliau, dengan *Non-Performing Finance* (NPF) yang tinggi, pihak

BPRS Formes mengalami kesulitan dalam beberapa bulan. Hal ini menjadi salah satu alasan lembaga keuangan bisa *collapse*. Salah satu cara yang bisa dilakukan agar tidak terjadinya penundaan pembayaran ialah dengan cara restrukturisasi yang memperingan angsuran nasabah. Cara ini diberikan agar nasabah tetap bisa membayar angsuran, tetapi tidak menutup kemungkinan setelah diberikannya keringanan pembayaran angsuran, usaha nasabah belum bisa lancar kembali, dan mengakibatkan kenaikan *Non-Performing Finance (*NPF).

"*Tetapi misalkan setelah diberikan keringanan pembayaran tetapi usaha nasabah belum lancar dan kondisi nasabah belum mampu, menjadi masalah juga Mas dan akibatnya jumlah NPF meningkat."*

Menurut Bapak Iman, banyak nasabah yang menunda angsuran dan ini sangat berpengaruh ke tingkat profitabilitas. Harus ada komunikasi dengan nasabah yang menunda angsuran, dengan komunikasi yang tepat, pihak BPRS Formes dapat memberikan solusi agar nasabah tetap bisa membayar angsuran walaupun tidak sesuai dengan perjanjian di awal, dengan menggunakan *restruck*, agar tidak meningkatkan *Non-Performing Finance* (NPF). Menurut beliau, *Non-Performing Finance* (NPF) dibagi menjadi 3 kategori:

a. Kurang lancar

   Kurang lancar ialah nasabah yang memiliki tunggakan lebih dari 90 hari atau 3 bulan.

b. Diragukan

   Diragukan ialah nasabah yang memiliki tunggakan lebih dari 180 hari atau 6 bulan.

c. Macet

   Macet ialah nasabh yang memiliki tunggakan lebih dari 360 hari atau 12 bulan tunggakan dan sudah jatuh tempo.

Jika sudah dikategorikan macet oleh pihak BPRS, harus ditanyakan kepada nasabah tersebut tentang kendala yang sedang dihadapi. Jika sudah diberikan keringanan berupa *restruck* serta perpanjangan waktu membayar,

dan ternyata nasabah tersebut memang pada dasarnya tidak mau mengangsur, maka karakter nasabah tersebut dikatakan tidak bagus. Hal ini bisa dilaporkan ke OJK, dan jika memang betul dari awal nasabah tersebut memiliki banyak tunggakan dari beberapa bank, maka akan dilarang untuk meminjam di bank lain lagi.

Menurut Ibu Nita, ada beberapa hal yang mempengaruhi rasio profitabilitas, yaitu pembiayaan yang tidak tercapai, target angsuran yang tidak tercapai, dan deposito yang merupakan salah satu dana yang mahal.

5. Strategi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas

Pada saat pandemi, dibutuhkan strategi dalam meningkatkan penjualan. Strategi yang disusun bisa berdampak positif jika strategi yang direncanakan dapat berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Strategi sendiri diartikan sebagai suatu usaha ataupun kemampuan agar mendapatkan hasil yang terbaik. Peneliti mencoba menggali informasi terkait strategi yang diterapkan selama pandemi Covid-19 di BPRS Formes, strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah, serta strategi dalam meningkatkan profitabilitas.

Menurut Bapak Khozin, untuk menghadapi pandemi, pihak BPRS Formes bisa melakukan penguatan sistem bagian sumber daya manusia. Cara ini dilakukan dengan cara lebih terbuka dengan era milenial, yang saat ini penggunaan digital sangatlah besar. Selain itu, untuk meningkatkan jumlah nasabah, pihak BPRS Formes melakukan ekspansi dengan sangat progresif ke pusat-pusat keramaian dan pangsa pasar yang dituju. Kemudian dengan memperluas dan meningkatkan jaringan komunikasi, dengan jaringan yang luas, maka pihak BPRS Formes mempunyai relasi yang banyak dan bisa meningkatkan jumlah nasabah. Tidak lupa dengan promosi yang kuat. Promosi yang kuat bisa meningkatkan pemasaran dan jumlah nasabah. Dalam hal meningkatkan profitabilitas, strategi yang ditingkatkan ialah dengan menaikkan *outstanding* sesuai dengan target yang perlu dicapai.

"*Dengan menaikkan outstanding, serta meningkatkan nasabah, ekspansi juga termasuk salah satu hal yang baik untuk menaikkan outstanding, mengejar ketertinggalan kemarin. Ditutup kekurangan-kekurangan yang kemarin, target harus dicapai.*"

Menurut Bapak Iman, pihak BPRS Formes tetap melakukan strategi jemput bola, jadi tetap melakukan promosi ke tempat-tempat keramaian. Penggunaan mobil kas keliling sangatlah berpengaruh dalam hal pemasaran. Strategi ini bisa berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah. Strategi dalam meningkatkan profitabilitas ialah dengan meningkatkan ekspansi pembiayaan. Peningkatan jumlah nasabah dan menarik minat calon nasabah juga mempengaruhi tingkat profitabilitas. Walaupun peningkatan jumlah nasabah itu diharuskan, tetapi pihak BPRS Formes harus berhati-hati kepada nasabah. Dengan menggunakan aplikasi layanan informasi debitur yang diautorisasi oleh OJK bertujuan untuk melihat dan menilai karakter nasabah apakah nasabah tersebut memiliki *track record* yang buruk atau tidak. Nasabah yang memiliki *track record* yang pernah menjadi nasabah di BPRS Formes bisa dihubungi kembali. Penggunaan cara menghubungi nasabah lama ini dikarenakan banyaknya persaingan dengan bank lain, tetapi pihak BPRS Formes tetap mengusahakan untuk bisa meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas dimasa pandemi seperti sekarang ini.

Menurut Ibu Nita, beliau melihat dari sisi mempertahankan, dalam mempertahankan usaha, beliau berpendapat bahwa selama masih bisa beroperasional, selama nasabah masih percaya dalam menitipkan dananya serta tetap mengajukan pembiayaan, BPRS Formes bisa tetap beroperasi dengan semestinya. Tetapi selama masih pandemi, setidaknya belum sampai meningkatkan jumlah nasabah, pihak BPRS Formes masih mempertahankan nasabah yang ada, terutama nasabah yang dinilai bagus yang dilihat dari tidak adanya tunggakan yang mereka miliki dan ketepatan dalam membayar angsuran. Dalam hal profitabilitas, selama nasabah masih bisa membayar angsuran setiap bulannya, tingkat profitabilitas bisa

dipertahankan. Menurut beliau, untuk meningkatan profitabilitas harus meningkatkan jumlah nasabah serta meningkatkan volume usaha.

Menurut Freddy Rangkuti (Rangkuti, 2009) apabila suatu pemasaran dapat dilakukan dengan baik sesuai dengan yang direncakan atau ditargetkan sesuai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan maka pemasaran tersebut dapat dikatakan efektif. Strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas terbilang cukup efektif. Dalam hal *personal selling*, setiap karyawan memberikan promosi kepada masyarakat-masyarakat di tempat tinggalnya dan mendapatkan nasabah. Dalam hal berkomunikasi dengan baik, dengan integritas dan hubungan yang baik dengan nasabah lama, pihak BPRS Formes Yogyakarta dapat menawarkan kembali kepada nasabah-nasabah lama bagi yang terdampak pandemi covid-19. Dalam hal promosi menggunakan mobil kas keliling, pihak BPRS Formes Yogyakarta dapat berkeliling ke tempat-tempat UMKM di pasar, masjid, ataupun di sekolah untuk ditawarkan pembiayaan. Dalam hal promosi menggunakan sosial media, media sosial Facebook rata-rata pengunjung sekitar 6 sampai 7 orang perhari. Pengunjung yang ingin menanyakan perihal pembiayaan diarahkan untuk berkomunikasi melalui Facebook Messenger dan diteruskan kepada pihak Marketing BPRS Formes Yogyakarta. penggunaan website BPRS Formes Yogyakarta memiliki kapasitas pengunjung sebanyak 500 orang perbulannya, dalam pengecekan pengunjung yang melihat situs BPRS Formes Yogyakarta dilihat pertiga hari, dan setelah dilakukan maintenance, dalam satu harinya terdapat 3 sampai 6 orang perharinya yang mengunjungi situs BPRS Formes Yogyakarta.

C. Pembahasan

Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung dari Maret 2020 di Indonesia ini sangat meruntuhkan di segala lini kehidupan. Mulai dari sisi kesehatan, sisi ekonomi, sisi pendidikan, dan lain-lain. Segala bentuk arahan dan pembatasan dilakukan agar dapat menghentikan laju penyebaran Covid-19. Pembatasan yang dilakukan memberikan dampak yang buruk bagi sisi ekonomi yang menjadi salah satu tombak kehidupan. Banyak bisnis yang bangkrut, ada beberapa perusahaan yang *collapse,* dan banyaknya usaha kecil yang hancur. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan di BPRS Formes Yogyakarta sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang mempunyai peran untuk menerima dana simpanan dan menyalurkannya kembali. Peneliti mencoba untuk menganalisis strategi yang dilakukan BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa pandemi covid-19.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah ialah dengan melakukan ekspansi dan promosi ke pangsa pasar yang ditentukan. Promosi ini bertujuan untuk menarik calon-calon nasabah yang tidak terjangkau dari wilayah kantor BPRS Formes. BPRS Formes menggunakan *personal selling* sebagai media penyebaran promosi yang efektif. Metode yang digunakan BPRS Formes dengan menggunakan metode jemput bola. Seperti halnya pada penelitian (Astutik & Achsa, 2020) yang menyatakan bahwa dalam meningkatkan jumlah nasabah, kegiatan promosi *personal selling* merupakan kegiatan yang efektif dengan menerapkan metode jemput bola. Walaupun terdapat penurunan jumlah nasabah pada awal masa pandemi, tidak menutup kemungkinan BPRS Formes tetap bersikap produktif dan memberikan pembiayaan bagi masyarakat yang membutuhkan modal kerja. Promosi yang digunakan, selain *personal selling,* BPRS Formes juga menggunakan aset kantor berupa mobil kas keliling yang menjadi salah satu cara untuk meningkatkan ekspansi demi mendapatkan nasabah. Mobil kas keliling ini mempromosikan produk-produk baru BPRS Formes ke masyarakat seperti IMBT dan *refinance*.

BPRS Formes merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki integritas dalam menjalin silaturahmi dengan para nasabahnya, dengan begitu

nasabah dapat loyal dan tetap percaya kepada BPRS Formes walaupun adanya pandemi covid-19. Ini dibuktikan dari banyaknya nasabah lama yang sudah tidak memiliki pembiayaan di BPRS Formes tetap mau untuk memilih BPRS Formes dalam mengambil pembiayaan. Sejalan dengan penelitian (Pauji & Nawawi, 2015) bahwa dengan berkomunikasi yang baik dapat menjaga hubungan baik dengan nasabah ataupun calon nasabah. Komunikasi yang baik juga dapat memperluas jaringan dan relasi.

Era digitalisasi saat ini sangat berpengaruh pada aspek-aspek kehidupan, terlebih sekarang dunia dilanda oleh pandemi Covid-19 yang membatasi banyak hal. Salah satu hasil dari era digitalisasi ialah media sosial. Penggunaan media sosial dapat meningkatkan jumlah nasabah. Penerapan yang dilakukan BPRS Formes ialah dengan melakukan promosi di media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan juga Web. Promosi melalui media sosial yang diterapkan oleh pihak BPRS Formes hanya sebatas penginformasian produk-produk baru di media sosial dan penggunaan Gform untuk pengisian dokumen, tetapi dalam hal meningkatkan jumlah nasabah melalui aplikasi masih belum dapat dilaksanakan oleh pihak BPRS Formes, dan pihak BPRS Formes sedang mengusahakan agar dapat berkembang di bidang digital. Hal ini sejalan dengan penelitian (Haryanto & Rahmi, 2019) yang bertujuan untuk mengetahui strategi promosi melalui media sosial Instagram pada BPD Kalimantan Selatan. Pada penelitian ini, BPD Kalsel memasarkan produk melalui media sosial masih kurang maksimal dan bersifat stagnan dalam meng-*upload* konten.

Strategi untuk meningkatkan profitabilitas ialah dengan meningkatkan jumlah nasabah dan calon nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian (Andriani & Julianto, 2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan jumlah nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas KSP se-Kabupaten Buleleng. Apabila pertumbuhan jumlah nasabah meningkat, maka profitabilitas juga akan meningkat. Pada masa pandemi ini banyak nasabah yang tidak dapat membayar angsuran dan cara yang tepat ialah dengan memberikan restrukturisasi. Restrukturisasi adalah salah satu cara yang diberikan kepada nasabah yang tidak dapat membayar angsuran secara berkala. Dapat

diumpamakan bahwa nasabah A yang terkena dampak pandemi mempunyai usaha dan memiliki tanggungan pembiayaan di BPRS Formes. Dikarenakan pandemi, pendapatan bulanan nasabah ini tidak memenuhi target pembiayaan yang sudah disetujui oleh kedua belah pihak. Dengan adanya restrukturisasi, nasabah dapat mengajukan *restruck* dan pihak BPRS dapat meringankan target pembiayaan yang target awalnya 5 juta per bulan, bisa dijadikan 1 juta per bulan tergantung pendapatan yang diperoleh nasabah itu sendiri. Cara ini untuk mengurangi peningkatan *Non-Perfoming Finance*, dengan tingkat NPF yang rendah dapat meningkatkan Profitabilitas. Menurut hasil penelitian, terdapat 20 sampai 25 persen yang melakukan *restruck*, dan 90 persen yang melakukan *restruck* merupakan nasabah yang terdampak. Penerapan restrukturisasi sejalan dengan penelitian (Setiawan & Ali, 2021) yang bertujuan untuk menganalisis hambatan dan strategi restrukturisasi pada bank Muamalat Cabang Madiun. Pada penelitian ini, strategi restrukturisasi dilakukan melalui: penjadwalan kembali (*rescheduling*), persyaratan kembali (*reconditioning*), dan penataan kembali (*restructuring*) sesuai dengan ketentuan dari Bank Indonesia.

Dalam proses menerapkan strategi yang dilakukan, tentu ditemukan beberapa kendala dan permasalahan. Kendalanya adalah nasabah yang kurang mengerti dengan digitalisasi dan pihak BPRS Formes belum memaksimalkan penggunaan media sosial secara keseluruhan. Saat ini BPRS Formes sedang meningkatkan promosi lewat media sosial agar lebih baik dan dapat menarik lebih banyak masyarakat. Kendala selanjutnya yang dihadapi BPRS Formes ialah nasabah yang mengajukan restrukturisasi. Restrukturisasi bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam membayar angsuran yang sedang bermasalah, akan tetapi jika nasabah sudah mengajukan restrukturisasi tetapi usaha nasabah masih belum meningkat akan berdampak buruk bagi BPRS Formes itu sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa pandemi Covid-19, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam meningkatkan jumlah nasabah, BPRS Formes Yogyakarta menggunakan promosi melalui metode jemput bola, promosi mobil kas keliling, serta promosi melalui sosial media, yang saat ini untuk metode sosial media sedang dikembangkan agar lebih baik.
2. Dalam meningkatkan profitabilitas, dilakukan dengan cara meningkatkan jumlah nasabah, memperluas jaringan, dan meningkatkan *outstanding* nasabah agar tidak adanya pembiayaan bermasalah yang berakibat pada NPF yang meningkat.

B. Saran

1. Untuk BPRS Formes Yogyakarta

   Berdasarkan hasil penelitian, BPRS Formes Yogyakarta perlu meningkatkan dan mengembangkan promosi di sosial media. Era digitalisasi saat ini sedang meningkat pesat dan menjadi peluang yang baik untuk menambah jumlah nasabah serta profitabilitas. Diharapkan BPRS Formes tetap menjalankan dan memaksimalkan strategi yang telah dibuat agar dapat konsisten dalam memperoleh pangsa pasar.

3. Penelitian selanjutnya

   Peneliti sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata maksimal, tetapi peneliti berharap penelitian ini memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya. Peneliti berharap bahwa penelitian ini bisa menjadi pembanding, referensi, dan sebagai bahan pertimbangan untuk memperdalam pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Afrianty, N., Isnaini, D., & Oktarina, A. (2019). (E-Book) Lembaga Keuangan Syariah. In *Penerbit CV Zigie Utama*. CV. Zigie Utama.

Al Arif, M. N. R. (2012). *(E-Book) Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoretis Praktis* (Dr. Anwar Abbas M.Ag.MM (ed.)). CV PUSTAKA SETIA.

Andriani, N. L. Y., & Julianto, I. P. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Jumlah Nasabah, Tingkat Perputaran Kas, Dan Jumlah Kredit Bermasalah Terhadap Profitabilitas Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Kabupaten Buleleng. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, *8*(2), 2.

Anjani, R., & Hasmarani, M. I. (2015). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah , Musyarakah , dan Murabahah Terhadap Profitabilitas BPRS Di Indonesia periode 2012-2015. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*, 175–183.

Astutik, L. R. D., & Achsa, A. (2020). ANALISIS PENERAPAN PROMOTION MIX DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PD BPR BANK BAPAS 69 KANTOR CABANG MAGELANG UTARA. *Jurnal Maneksi*, *9*(2), 371–377.

Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*, *2*(2), 56–72. https://jurnal.stai-yaptip.ac.id/index.php/menata/article/view/163

Damayanti, E. (2021). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 250–25. https://doi.org/10.15642/manova.v3i1.196

Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.

David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed.). Prentice Hall.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 21 5 (2008).

Enggar. (n.d.). *BPRS Formes Yogyakarta*. http://bprsformes.com/

Fatimatuzahro, A., & Aslikhah. (2020). STRATEGI INOVASI PRODUK PERBANKAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT. BPRS DAYA ARTHA MENTARI BANGIL PASURUAN. *Mu'allim Jurnal Pendidikan Islam*, *2*(1), 81–93.

Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang*. 1–12. https://doi.org/10.31227/osf.io/wrh3p

Fitriyah, N. L., & Sholikhin, M. Y. (2019). Faktor Penentu Profitabilitas BPRS Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, *5*(03), 173–180.

Handayani, D., Hadi, D. R., Isbaniah, F., Burhan, E., & Agustin, H. (2020). Penyakit Virus Corona 2019. *Journal Respirologi Indonesia*, *40*(2), 119–129.

Haryanto, R., & Rahmi, A. (2019). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Guna Menarik Generasi Milenial untuk Memilih Produk Tabungan Pada PT Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan Cabang Paringin. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, *7*(2), 213. https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1109

Hidayatullah, D. (2018). PENGARUH PEMBIAYAAN MURABAHAH, MUDHARABAH DAN MUSYARAKAH TERHADAP PROFITABILITAS BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (STUDI KASUS PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA YANG TERDAFTAR DI OTORITAS JASA KEUANGAN PERIODE 2013-2015). *Jurnal Ekobis Dewantara*, *1*(4), 36–

43. http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252%0Ahttp://dx.doi.o

Khoiri Abdi, M., & Febriyanti, N. (2020). Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19. *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, *10*(2), 160–178. https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Erlangga.

Mardhiyaturrositaningsih. (2021). Kinerja Perbankan Syariah di Masa Pandemi Covid-19 : Studi Kasus Pada BPRS di Jawa Barat. *Islamic Economics, Finance, and Banking*, *June*, 92–112.

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif : dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Vol. 1, Issue 1). http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org

Nur Safarah Yahdiyani. (2016). Analisis Penerapan PSAK No. 59 dan PSAK No. 106 atas Pembiayaan Musyarakah Pada Pt . Bprs Formes Sleman , Yogyakarta Tahun 2015. *Profita*, *5*(59), 1–17.

Pauji, A., & Nawawi, M. K. (2015). Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, *53*(2), 379–429.

Purnomo, S. H., & Zulkieflimansyah. (1996). *Manajemen strategi: sebuah konsep pengantar*. Lembaga Penerbit FE-UI. http://203.77.248.52/slims/index.php?p=show_detail&id=2281%0A

Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj

Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. https://books.google.co.id/books?id=UHV8Z2SE57EC&lpg=PP1&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false

Rangkuti, F. (2009). *Mengukur Efektivitas Program Promosi*. Gramedia Pustaka Utama.

Rumiyati, & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan , bauran pemasaran , terhadap kepuasan nasabah bank era covid-19. *Insight Management Journal*, *1*(2), 32–42. http://journals.insightpub.org/index.php/imj/article/view/23

Sa'adah, F. (2009). STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARIAH DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH PADA PEGADAIAN SYARIAH. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, *1*(2). https://doi.org/10.15408/aiq.v1i2.2464

Safitri, A. N., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah. *Economics and Digital Business Review*, *2*(2), 103–177. https://doi.org/10.37531/ecotal.v2i2.66

Santosa, S., Su'ud, M., & Riauwanto, S. (2017). *Strategi peningkatan kinerja pt. bprs formes sleman yogyakarta*.

Saragih, F. (2013). Analisis Rasio Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, *53*(9), 6–8.

Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN

METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, *3*(1), 131–143. https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560

Setiawan, A., & Ali, H. (2021). Restrukturisasi Pembiayaan Selama Pandemic Covid-19 di Bank Muamalat Madiun. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, *2*(1), 68–81. https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/nisbah/article/view/232

Silvia, S. A. (2017). Pengaruh Kualitas Aset Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics*, *2*(1), 53. https://doi.org/10.29240/jie.v2i1.192

Sofyan, M. (2021). Kinerja BPR dan BPRS Pada Masa Pandemi COVID-19. *The 2nd Seminar Nasional ADPI Mengabdi Untuk Negeri Pengabdian Masyarakat Di Era New Normal*, *2*(2), 6–12.

Supeno, W., & Hendarsih, I. (2020). Kinerja Kredit Terhadap Profitabilitas Bpr Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal AKRAB JUARA*, *5*(4), 147–161.

Usman, R. (2014). *Aspek hukum perbankan syariah di Indonesia* (Edisi 1 Ce). Sinar Grafika.

Yunus, N. R., & Rezki, A. (2020). Kebijakan Pemberlakuan Lock Down Sebagai Antisipasi Penyebaran Corona Virus Covid-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, *7*(3), 227–238. https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15083

Yusuf, M. Y., & Mahriana, W. S. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Di Aceh. *IQTISHADIA Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *9*(2), 246–275. https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v9i2.1731

LAMPIRAN

Lampiran I

Kuesioner Penelitian

<u>Panduan Wawancara Bagi Karyawan BPRS Formes Yogyakarta</u>

Untuk Skripsi dengan Judul

Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di masa Pandemi Covid-19

Hari/Tanggal :

Lokasi Penelitian :

Narasumber :

Jabatan :

Pertanyaan

1. Boleh di perkenalkan identitas bapak/ibu dan di bprs formes sebagai apa.
2. Lama bekerja disini sudah dari kapan?
3. Boleh dijelaskan bagaimana sejarah pendirian bprs formes?
4. Produk apa saja yang disediakan oleh BPRS Formes ?
5. Apa keunggulan BPRS Formes dibanding dengan BPRS lainnya?
6. Apa kelemahan BPRS Formes dibanding dengan BPRS lainnya?
7. Nilai apa saja yang mempengaruhi profitabilitas di BPRS Formes?
8. Dampak apa yang dirasakan oleh BPRS Formes pada masa Pandemi Covid-19?
9. Hambatan apa saja yang mempengaruhi BPRS Formes selama masa pandemi Covid-19?
10. Bagaimana konsep pemasaran yang ditawarkan oleh BPRS Formes?
11. Apakah konsep pemasaran yang ditawarkan berdampak positif bagi nasabah pada masa pandemi Covid-19?
12. Apakah pemasaran yang diterapkan berpengaruh terhadap profitabilitas?

13. Menurut bapak/ibu, apakah ada hubungan antara peningkatan jumlah nasabah dan profitabilitas dalam sisi pemasaran pada masa pandemi Covid-19?
14. Apakah dampak Covid-19 mempengaruhi penurunan jumlah nasabah di BPRS Formes?
15. Bagaimana pelayanan BPRS Formes dalam mendapatkan kepercayaan nasabah pada masa Pandemi Covid-19?
16. Bagaimana pelayanan BPRS formes dalam memicu peningkatan jumlah nasabah?
17. Menurut bapak/ibu apakah ada produk unggulan di BPRS Formes?
18. Apakah produk tersebut mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah?
19. Apa saja promosi yang ditawarkan BPRS Formes dalam meningkatkan jumlah nasabah?
20. Berapa banyak nasabah yang melakukan penundaan angsuran selama pandemi Covid-19?
21. Apakah penundaan angsuran mengakibatkan turunnya profitabilitas?
22. Langkah apa saja yang diterapkan BPRS Formes dalam meningkatkan profitabilitas?
23. Peran apa yang dilakukan BPRS Formes dalam mempertahankan profitabilitas ?
24. Berdasarkan sumber yang sudah saya baca, yang mempengaruhi rasio profitabilitas di bank syariah salahnya satunya ialah dari sisi non performing financing, di mana non perfoming financing in ikan pembiayaan bermasalah, nah yang mempengaruhi rasio profitabilitas pada bprs sendiri itu ada apa saja? Mungkin di ROA nya atau ROE atau mungkin?
25. Strategi apa saja yang diterapkan bprs dalam menghadapi pandemi Covid-19?
26. Strategi apa saja yang meningkatkan jumlah nasabah BPRS Formes pada masa pandemi Covid-19?

27. Strategi apa saja yang meningkatkan profitabilitas BPRS Formes pada masa pandemi Covid-19?

<u>Panduan Wawancara Bagi Karyawan BPRS Formes Yogyakarta</u>

Untuk Skripsi dengan Judul

Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di masa Pandemi Covid-19

Hasil Trankrip Wawancara

Hari/Tanggal : Rabu, 2 Februari 2022

Lokasi Penelitian : Kantor BPRS Formes Yogyakarta

Narasumber : Muhammad Khozin Anwar

Jabatan : Divisi Marketing

Rifqi : Assalamualaikum, Perkenalkan nama saya Muhammad Rifqi Fadhilah Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia, saat ini saya sedang menempuh Tugas akhir saya yang berjudul "Analisis Strategi BPRS Formes Dalam Meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa pandemi covid-19". Sebelumnya boleh di perkenalkan terlebih dahulu pak nama bapak serta disini bekerja di divisi apa?

Pak Khozin : Nama saya Muhammad Khozin Anwar, saya sudah bekerja disini sekitar 12 tahun dari tahun 2009. Untuk posisi saya saat ini dibagian Marketing.

Rifqi : karena sudah 12 tahun, berarti sudah mengenal lama tentang perusahaan ini, untuk sejarah pendirian BPRS Formes sendiri itu bagaimana ya pak?

Pak Khozin : Mungkin sedikit saja dan ditambahkan dengan yang lain. dulu proses pendirian ini berdasarkan inisiasi dari teman-teman BMT yang tertampung dalam kumpulan BMT se-Kabupaten Sleman yang berinisiasi untuk membuat BPR Syariah dan muncullah nama BPR Syariah Formes. Formes merupakan singkatan dari Forum

Masyarakat Syariah Sleman yang merupakan inisiasi dari teman-teman BMT untuk mendirikan BPRS yang bertujuan untuk me-*link*-an, membuat komunikasi antar sesama BMT. Kemudian harapannya, BPRS Formes ini menjadi semacam membantu permasalahan likuiditas dan lain-lain dan nanti kami bisa membantunya, kalau dulu semacam BI -nya bank-bank di Indonesia yang membantu regulasi dan lain-lain.

Rifqi : untuk produk disini ada apa saja ya pak?

Pak Khozin : bisa di lihat di pamflet disebelah mu, disitu terdapat produk-produk BPRS Formes. Terdapat Murabahah, Musyarakah, Mudharabah, Ijarabah Multijasa, dan Qardh. Ini merupakan produk penyalur pendanaan. Pada bagian produk penghimpun dana terdapat Mitra Amanah sebagai tabungan pembiayaan, Ulul – Albab, Taman, Si Amin, Zakiah, Mabrur, Al – Kautsar, dan Investasi Mudharabah.

Rifqi : selanjutnya, menurut bapak, apa keunggulan BPRS Formes dibandingkan dengan BPRS lainnya?

Pak Khozin : kami mencoba untuk memformulasikan untuk tetap eksis di masyarakat, artinya kita menjadi sosok yang unggulan, yang pertama yaitu dari sisi pelayanan, pelayanan dibuat sebaik mungkin agar tidak ada kekecewaan. Kedua produk-produk kami menyasar sampai ke nasabah-nasabah yang memang membutuhkan. Yang saat ini bermain di bidang properti dengan produk mudharabah. Kemudian untuk biaya sekolah dan biaya-biaya lain itu masuknya Ijarah. Untuk membangun rumah baru dan sebagainya.

Rifqi : berarti untuk KPR sendiri itu bisa ya pak?

Pak Khozin : iya bisa, kami kalau bisa memang pelayanan seperti itu menerima, dari sisi marginnya kompetitif, kemudian pelayanan bagus dan ramah, kecepatan dalam pencairan, itu keunggulan kami yang berusaha kami tampilkan.

Rifqi : menurut bapak sendiri, apa kelemahan BPRS Formes ?

Pak Khozin : kelemahannya itu sendiri berkaitan dengan era digital. Kelemahan kami berada sistem yang kita bangun sebagai bank kecil, sistem kami kuat dan menguasai kecamatan dan kantor kotanya. Kita baru mencakup di Sleman saja, dimana kantor ini menjadi pusat, sedangkan cabang belum punya. Untuk saat ini terkendala disistem, setelah itu kelemahan kedua itu pada era milenial ini, sasarannya pada anak muda. Kita masih kekurangan data dan kurang menjangkau pada pasar tersebut. Kita masih pada nasabah-nasabah yang era nya itu semi-konven. Semi-konven maksudnya para nasabah berusia 40 tahun keatas, yang masih menggunakan manual, sedangkan sekarang sudah era digital.

Rifqi : berarti rata-rata nasabah pada BPRS Formes berusia 40 tahun keatas?

Pak Khozin : iya betul, padahal dikarenakan era milenial ini, dengan potensi pasar yang besar. Untuk usia 25 tahun keatas sebenernya diusia produktif itu pada usia 35 tahun, dan rentang usia 25-35 itu merupakan era digitalisasi untuk sekarang ini. Tetapi kami masih kurang dalam pengembangan digital untuk saat ini dan ini menjadi kelemahan kita.

Rifqi : benar juga, selanjutnya terkait pandemi, dampak apa saja yang dirasakan BPRS Formes setelah adanya pandemi ini ?

Pak Khozin : kalau pandemic itu kan memang meruntuhkan sendi-sendi kehidupan, jadi UMKM hancur, jadi ketika waktu pertama covid jelas tidak ada aktivitas selama berbulan-bulan. Kemudian pada periode kedua sudah mulai bisa keluar, tetapi dampak covid masih dirasakan. Semisal pada sisi Pendidikan, sekolah. Selama covid berlangsung kan anak-anak sekolah tidak ada yang melakukan aktivitas di sekolah dan orang-orang yang berjualan di kantin

sekolah yang melakukan pembiayaan di kami jadinya macet karena rantai masalahnya ada disitu.karena itu sangat kerasa dengan dampak yang luar biasa dan jadinya macet.

Rifqi : berarti itu juga dapat menjadi hambatan juga ya pak?

Pak Khozin : iya betul, karena ekonomi kan mengalami penurunan drastis, misalnya orang yang properti dulunya orang mau membeli rumah, tetapi karena pandemi, orang akan bersiap untuk bertahan hidup terlebih dahulu. Kemudian proyek, misalkan saya menangani proyek si A dalam pembuatan jembatan, semuanya menjadi mandek karena proyeknya mandek dan diarahkan untuk kesehatan terlebih dahulu. Otomatis dari pembiayaan baik itu rumah, proyek, bahkan umkm semuanya akan macet, Katakanlah 60 sampai 70 persen mandek, berjalan hanya untuk bertahan hidup. Angsuran dari kita di nomor sekiankan, dimundurkan, dan di prioritaskan untuk bertahan hidup dan Kesehatan terlebih dahulu.

Rifqi : berarti kalau menurut bapak sendiri, solusi jangka panjang terhadap hambatan tersebut bagaimana ya pak?

Pak Khozin : ini agak berat ya mas, yang jelas regulasi pemerintah untuk membantu, karena yang terdampak tidak hanya masyarakat. Jika masyarakat terdampak, maka lembaga juga terdampak seperti lembaga kami. Karena nasabah terdampak, kami juga ikut terdampak, nasabah ekonomi turun, kami juga turun. Memang regulasi pemerintah memberikan bantuan kepada lembaga kami, seperti dana pihak ketiga ringan. Kemudian diberikan kelonggaran membayar untuk nasabah, ini merupakan salah satu bagian regulasi kami.

Rifqi : seperti saat saya magang disini, terdapat restruck gitu ya pak?

Pak Khozin : iya betul menggunakan restrukturisasi sesuai dengan regulasi pemerintah.

Rifqi : sebagai orang marketing, konsep pemasaran yang ditawarkan di BPRS Formes ini seperti apa ya pak?

Pak Khozin : kalau kita masih menggunakan dua sistem, satu dengan cara konvensional, dengan cara kunjungan, mendatangi nasabah lama, mendatangi pusat-pusat pembelanjaan seperti pasar itu kita datangi serta kita beri penawaran, itu cara-cara konven atau lama. Kemudian cara kedua yaitu dengan menggunakan era digital, dengan menggunakan web, untuk memberikan penawaran. Kita berusaha misalkan pembiayaan syariah di Sleman itu bisa muncul dengan adanya BPR Syariah. Adanya pemanfaatan dan pengelolaan di bagian digital itu sendiri. Tetapi untuk saat ini cara kedua masih belum dapat kita lakukan, kita masih menggunakan pola-pola konven. Untuk cara kedua kita masih mengusahakan.

Rifqi : dengan konsep konven ini bisa mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah apa tidak pak?

Pak Khozin : sebenarnya memang pangsa pasarnya ada, terdapat pangsa pasar sendiri untuk menggunakan cara tersebut. Tetapi untuk menyentuh masyarakat muda yang akrab dengan era digital aga susah. Padahal menurut saya kan sangatlah penting. Jadi kita menggunakan data nasabah lama. Data nasabah yang lama itu kita hubungi lagi, kita coba memberikan penawaran lagi. Pengembangan yang dilakukan cuma seperti itu. Dan kita melakukan pengembangan di bidang sosial, seperti sekolah, rumah sakit, masjid-masjid dan lain-lain kita hubungi lagi untuk menarik pasar lagi semisal pangsa pasar yang lain aga macet.

Rifqi : itu kan dalam hal peningkatan jumlah nasabah, kalau dalam hal profitabilitas apakah cara tersebut memberikan dampak saat covid ini ?

Pak Khozin : iya mas, dampak banyak, jelas berdampak pada profitabilitas.

Rifqi : saat covid seperti ini jelas ada penururan jumlah nasabah. Menurut bapak sendiri apakah ada hubungannya antara penurunan jumlah nasabah dengan profitabilitas pada BPRS Formes ini?

Pak Khozin : ada mas, nasabah kecenderungannya ini untuk membuka usaha, tetapi nasabah menunggu kondisi pandemi ini, apakah nantinya akan stabil, atau turun atau juga meningkat. Saat turun dengan grafik ekonomi naik kan bisa ekspansi.

Rifqi : berarti untuk dampak covid sangat berpengaruh terhadap penurunan jumlah nasabah dan profitabilitas ya pak?

Pak Khozin : itu sangat berpengaruh. Orang kan saat ini akan cenderung untuk bertahan hidup saja. Ya mungkin untuk sekarang sudah mulai berkurang dalam hal penyebaran covid. Ini berkaitan dengan covid yang sudah dapat dikendalikan maka akan meningkatkan perekonomian secara bertahap, otomatis orang yang mempunyai usaha akan membuka kembali usaha tersebut dan kembali mengambil pembiayaan lagi, berani untuk melakukan ekspansi lagi, berani berspekulasi lagi dan itu akan menaikkan penjualan kita.

Rifqi : selama covid ini kan, nasabah maunya untuk bertahan saja, terus untuk menarik kembali nasabah tersebut dan mendapat kepercayaan lagi untuk tetap mengambil pembiayaan lagi, penawaran yang dilakukan seperti apa ya pak?

Pak Khozin : untuk saat ini kita agak kesulitan, apalagi kompetitor kita cukup banyak ya mas, yang menawarkan bunga lebih ringan. Mereka bisa bermain lebih leluasa, kan dana dari pemerintah, mereka tidak memikirkan dana lagi, sedangkan kita menggunakan dana sendiri, kita menghimpun dana, kita kelola, dari nasabah untuk nasabah lagi. Sementara untuk bank-bank besar kan mempunyai jaringan yang kuat, sistem yang kuat, kemudian dana tidak perlu berpikir jadi mereka dapat melakukan ekspansi lebih mudah.

Rifqi : tetapi menurut bapak, dengan keunggulan yang dimiliki oleh BPRS Formes apakah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah tidak pak?

Pak Khozin : iya betul, saya sendiri masih mempunyai keyakinan bahwa kita mempunyai satu tekad yang kuat, kita juga memiliki performa yang unggul, dan kita juga memiliki keinginan kuat untuk meningkatkan itu contohnya dengan meningkatkan sistem, perubahan, perencanaa sdm, peningkatan kualitas, peningkatan kinerja, lebih banyak berkomunikasi dengan entitas yang ada, itu masih bisa mempertahankan kepercayaan nasabah. Kita memiliki pangsa pasar sendiri yang saat ini kita cukup untuk mengelolanya, jadi harus bekerja keras untuk meingkatkan itu.

Rifqi : dengan begitu, pelayanan dan keunggulan yang berikan BPRS Formes Insya Allah bisa meningkatkan jumlah nasabah ya pak?

Pak Khozin : iya betul

Rifqi :untuk produk unggulan BPRS Formes itu apa ya pak? Yang paling banyak diminati ?

Pak Khozin : untuk saat ini produknya yaitu *murabahah* properti untuk pembuatan rumah, misalkan ada satu kavling tanah yang dibangun untuk beberapa rumah, pembuatan cluster-cluster kecil. Produk ini untuk membiayai pembuatan rumah.

Rifqi :setelah itu, dengan produk unggulan tersebut, apakah dapat meningkatkan jumlah nasabah ?

Pak Khozin : iya betul. Karena untuk saat ini, tingkat hunian keislamankan sedang tinggi ya, sudah mulai meningkat. Sleman ini termasuk daerah dengan tempat hunian yang nyaman, jadi banyak pembuatan cluster kecil. Kita mencoba untuk bermain dibidang ini dengan melakukan pengadaan tanah serta pembuatan rumahnya. Kita

bahkan dapat membuatkan semuanya dari pengadaan tanah, pembuatan rumah sampai selesai.

Rifqi : kalau boleh tau, cluster-cluster yang sudah dikelola oleh BPRS Formes itu ada apa saja ya pak?

Pak Khozin : banyak eh dulu mas, dulu kita membiayai di daerah Bantul, di Sleman juga sudah pernah. Dulu kita bekerja sama dengan sebuah PT, PT Pandji saat itu namanya, untuk pembangunan beberapa kavling. Kalau untuk cluster sudah agak lama, sudah sekitar 6 sampai 7 tahun yang lalu. Kalau tidak salah di daerah Dumeneng, Sucen, di daerah Lempong, Sala'an, Minomartani, Krembangan Kulonprogo, dan beberapa cluster kecil yang pernah kita Kelola. Tidak hanya bekerjasama dengan PT tetapi dengan perorangan juga kita melakukan Kerjasama.

Rifqi : dengan begitu dapat meningkatkan jumlah nasabah juga ya pak? Tetapi dengan kondisi pandemi ini, masyarakat lebih memilih untuk bertahan dan stabil begitu ya pak?

Pak Khozin : iya betul begitu.

Rifqi : kalau promosi pemasarannya sendiri itu bagaimana ya pak?

Pak Khozin : kalau promosi kita lebih kepada pengenalan produk di pusat-pusat keramaian. Misalkan di pasar, kita turun kesitu menggunakan mobil kas kami. Kami melakukan *branding* dengan turun ke pusat keramaian. Kita juga melakukan promosi-promosi di sekolah.

Rifqi : jika dihitung secara satuan persen, perbandingan jumlah nasabah sebelum pandemi, serta setelah pandemi itu menurun berapa persen ya pak?

Pak Khozin : kalau berkurangnya sekitar 10 persen.

Rifqi : walau 10 persen tetap berpengaruh ya pak?

Pak Khozin : iya mas tetap berpengaruh, karena 10 persen itu seharusnya bisa kita jadikan sebuah ekspansi untuk meningkatkan keuntungan.

Rifqi : untuk penundaan angsuran, apakah dapat menurunkan profitabilitas pak?

Pak Khozin : iya betul, permasalahan untuk proftabilitaskan uang ya mas, uang penarikan angsurankan diakhir bulan mas, jadi kalau angsuran ditunda, tidak ada pemasukkan.

Rifqi : berarti untuk solusi terkait penundaan angsuran bagaimana ya pak untuk sekarang ini?

Pak Khozin : kalau menurut saya begini, dalam kasus seperti ini, kami harus berhati-hati, kita tetap menunggu dari regulasi pemerintah dikarenakan covid ini. Untuk covid sendirikan saat ini sudah gelombang tiga, nah kami menunggu regulasi pemerintahnya itu bagaimana. Jelas masih harus bertahan, tetapi jika covid sudah turun, kita memiliki keyakinan untuk bisa lebih meningkat lagi. Mungkin lebih progresif dalam memberikan penawaran-penawaran kepada calon nasabah baik menggunakan media sosial maupun dengan promosi keliling menggunakan mobil kas. Penawaran media sosial bisa dilakukan di WhatsApp Instagram, Youtube dengan membuat film pendek terkait transaksi, tiktok dan sebagainya. Penawaran dengan promosi keliling dengan mengenalkan produk-produk kita, melakukan sosialisasi ketempat keramaian.

Rifqi : saya pernah membaca di beberapa sumber, yang mempengaruhi profitabilitas itu *Non-Performing Financing* atau angsuran macet. Untuk di BPRS Formes sendiri, yang mempengaruhi rasio profitabilitas itu kayak bagaimana pak?

Pak Khozin : ketika produktifitas masyarakat turun mas, kegiatan usaha turun, ekonommi turun, itu otomatis menjadi pengaruh menurunnya rasio profitabilitas. Setelah itu masyarakat kecenderungannya ketika

penghasilan turun mereka akan berpikir untuk mengambil langkah untuk bertahan hidup terlebih dahulu. Dari kami dengan masyarakat yang sedang bertahan hidup, pembiayaan diprioritaskan untuk bertahan hidup dulu, yang akhirnya mempengaruhi NPF, NPF menjadi tinggi dikarenakan angsuran tertunda. Angsuran tertunda karena masyarakat tidak mampu membayar. Yang kita lihat disini, realitanya, ketika NPF naik, kami mendapatkan kesulitan, tetapi dalam beberapa bulan kemarin sudah dapat dikendalikan, karena sudah ada progress covid turun, tetapi jika covid meningkat lagi, otomatis banyak menunda lagi. Ini sangat membahayakan dan dapat menyebabkan lembaga keuangan syariah yang kecil *collapse.* Untuk *Return on Asset* juga berkurang, dulu saat awal covid melanda, rumah makan, kulineran seperti itukan semuanya tutup. Jika kulineran tutup, bahan baku yang dari pasar tidak mendapatkan pemasukkan. Bahan baku dipasar tidak ada yang beli berarti petani-petani juga tidak mendapatkan penghasilan dari penjualan bahan baku. Nah mata rantai ini kan berkaitan semua, ga ada penawaran gaada pembeli, ini baru di kelas UMKM, belom lagi di kelas atas misalnya properti juga sama.

Rifqi : berarti memang sangat berpengaruh sekali dampak covid ke berbagai lini kehidupan ya pak?

Pak Khozin : iya betul mas, untuk nasabah yang melakukan restruck sendiri bisa mencapai 20 persen sampai 25 persen. Ketika penundaan pembayaran restruck ini sudah di buka, kalau ekonomi sudah meningkat bisa langsung dibayarkan sisanya. Restruck itukan keringanan pembayaran, misalkan nasabah mengajukan restruck selama enam bulan, kemudian setelah diberikan jangka waktu enam bulan dan usaha nasabah bisa lancar kan kembali lagi ke angsuran yang lama. Tetapi misalkan setelah diberikan keringanan pembayaran tetapi usaha nasabah belum lancarkan dan kondisi

nasabah belum mampu menjadi masalah juga mas dan akibatnya jumlah NPF meningkat. Mata rantai ini sangat berpengaruh akibat dari covid ini dan kalau seperti itu pendapatan turun, laba turun, karena harusnya margin kita terima sesuai dengan kesepakatan, tetapi karena dampak covid ini, jadinya turun.

Rifqi : kalau boleh tahu, untuk margin yang ditetapkan oleh BPRS Formes itu berapa ya pak?

Pak Khozin : kalau untuk sekarang kita memberikan margin sangat ringan mas, karena kompetitor kan banyak mas. Untuk margin 0.9 sampai 1 persen untuk pembiayaan tertentu yang nilainya diatas 100 juta. Kalau untuk yang kecil-kecil itu sekitar 1.2 sampai 1.6 persen yang 10 sampai 20 juta.

Rifqi : berarti langkah kecil yang diterapkan di BPRS Formes ini menggunakan restruck tadi ya pak?

Pak Khozin : iya betul.

Rifqi : strategi BPRS Formes dalam menghadapi pandemi itu bagaimana ya pak?

Pak Khozin : melakukan penguatan di sistem, seperti penguatan di bagian sumber daya manusianya, lebih ramah dengan era milenial ini mas, karena semuanya saat ini menggunakan digital. Orang berbelanja makanan saja bisa menggunakan aplikasi. Nah kita harus sampai sana juga jadi orang dari rumah saja bisa melakukan pembiayaan.

Rifqi : strategi BPRS Formes dalam meningkatkan jumlah nasabah saat pandemi itu bagimana ya pak?

Pak Khozin :ya tentunya kita melakukan ekspansi dengan sangat progesif ke pangsa pasar yang kita tuju. Misalnya ke yang mempunyai penghasilan tetap seperti karyawan, kita beri penawaran harapannya bisa menjadi nasabah disini, PNS juga kita beri penawaran, kalau

bisa malah bekerjasama dengan dinas misalnya sertifikasi bisa dilakukan bersama BPRS Formes. Kemudian memperkuat dan memperluas jaringan atau entitas. Jaringan kita hidupkan lagi, misalnya jaringan dengan penjual tanah, jaringan konstruksi sebagai pengembang, jaringan dengan penjual mobil atau motor. Kita memperkuat jaringan kesana. Orang-orang yang membutuhkan dana juga kita hubungi dan memperkuat relasi. Tetapi promosi dan pengembangan juga harus sejalan dengan itu. Yang terakhir itu peningkatan kualitas sumber daya manusia, harus dikembangkan terus sesuai dengan zaman. Dengan kualitas berkembang maka dapat meningkatkan pemasaran juga.

Rifqi : strategi BPRS Formes dalam meningkatkan profitabilitas saat pandemi itu bagaimana ya pak?

Pak Khozin : dengan menaikkan *outstanding*, serta meningkatkan nasabah, ekspansi juga termasuk salah satu hal yang baik untuk menaikkan *outstanding*, mengejar ketertinggalan kemarin. Ditutup kekurangan-kekurangan yang kemarin, target harus dicapai.

Rifqi : berarti mengejar target yang belum tercapai kemarin-kemarin ya pak. Kondisi pandemi ini berarti sangat berpengaruh apalagi profit sedang turun, dana pihak ketiga belum bisa menutupi profit yang kurang akan mempengaruhi banyak hal termasuk pembiayaannya ya pak?

Pak Khozin :iya betul mas, saya ada cerita mas, ketika kita ke pangsa pasar yang ada, itu kita pasti bertemu dengan teman-teman dari bank-bank besar yang sedang melakukan sosialisasi. Bank-bank besar itu juga melayani apa yang kita layani sekarang. Mereka pembiayaan 5 juta saja dilayani, 5 sampai 20 itu ada. Itu dengan porsi bunga yang sama, dan itu sangat menguras energi kita. Menyaingi kan ga mungkin, makanya kita membuat strategi bagaimana calon nasabah maupun

nasabah bisa loyal sama kita. Kalau calon nasabah berarti kita memiliki keunggulan tidak Cuma ditingkat bunganya saja. Okelah bunga dan margin kita kalah, tetapi ketaan dan keprofesional kita bisa mengambil hati calon nasabah itu menjadi keharusan bagi kami, kalau tidak kita tidak akan ditinggal. Sebenarnya didunia maya atau media sosial itu sama saja, perlakuannya sama, tetapi orang lebih memilih media sosial yang lebih luas. Kalau didunia nyata jangkauannya lebih terbatas, tetapi perlakuannya sama.

Rifqi : tetapi memang sekarang diprioritaskan online begitukan ya pak? Dan BPRS Formes ini sedang mengejar pelayanan online itu ya pak

Pak Khozin : iya betul, tapi kondisi dilapangan sangatlah susah dan berat mas, untuk menaikkan *outstanding*, mencari nasabah baru, yang ditutup sekarang banyak mas, soalnya pemerintah mempunyai KUR mas, KUR dari BPD ada, BRI ada, Mandiri ada, dan bank-bank besar mempunyai KUR. KUR itu bisa sampai 500 juta, yang penting nasabah memiliki usaha itu bisa dibiayai minimal 25 juta. Untuk jaminan sepeda motor bisa dapat 50 juta. Kalau kita kan gamau mengambil resiko, resiko kredibilitas kita. Kalau mereka resiko bisa ditanggung pemerintah, kalau kita kan ditanggung sendiri, dikelola sendiri. Makanya untuk strategi ya kita harus bekerja keras, dengan meningkatkan *outstanding* nasabah, karena kondisi lapangan seperti itu mas. BRI itu ada loh mas, yang punya usaha dipinggir jalan itu dikasih dengan proses cepat apalagi sudah pernah memiliki pembiayaan disitu pasti ditawarin terus, jaminan sekian yang penting punya usaha. Tingkat margin mereka sangat rendah, sedangkan kita sudah tinggi. Mereka tidak memikirkan margin yang rendah itu karena pasti ada bantuan pemerintah juga. Makanya kita harus kerja keras. Kalau tidak bisa *collapse*. Mungkin itu saja mas, kalau sekiranya ada apa-apa, bisa minta bantu saja.

Rifqi : terimakasih banyak pak atas waktu dan informasinya.

Hasil Trankrip Wawancara

Hari/Tanggal : Rabu, 9 Februari 2022

Lokasi Penelitian : Kantor BPRS Formes Yogyakarta

Narasumber : Dianita

Jabatan : Divisi Marketing

Rifqi : Assalamualaikum, Perkenalkan saya Muhammad Rifqi Fadhilah Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia, saat ini saya sedang menempuh tugas akhir saya yang berjudul "Analisis Strategi BPRS Formes dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di masa Pandemi Covid-19". Sebelumnya boleh di perkenalkan terlebih dahulu bu nama ibu serta disini bekerja di divisi apa?

Ibu Nita : saya Dianita, sudah bekerja disini selama 10 sampai 11 tahun, saat ini di divisi Marketing, sebelumnya disini biasa di rolling untuk setiap bagiannya, saya dulu pernah di CS pada awalnya.

Rifqi : berarti sudah lama juga ya bu, dengan lama ibu bekerja disini, sejarah BPRS Formes yang ibu ketahui itu bagaimana ya bu?

Ibu Nita : kalau sejarahnya, karena ada inisiasi dari beberapa kelompok yang ingin mendirikan bank syariah. Bank syariah yang ada di Sleman saat itu, yang bisa meng-*cover* kebutuhan masyarakat terutama syariah. Karena saat itu bank syariah belum banyak, adanya BMT.

Rifqi : utnuk produk-produknya ada apa saja ya bu?

Ibu Nita : iya yang atas itu produk pembiayaan, terdiri dari Murabahah, Musyarakah, Mudharabah, Ijarah Multijasa, dan Qardh. Kalau yang bawah itu produk tabungan yang meliputi Mitra Amanah sebagai tabungan pembiayaan, produk Ulul-Albab, Taman, Si Amin, Zakiah, Mabrur, Al-Kautsar, dan Investasi Mudharabah.

Rifqi : menurut ibu, apa saja keunggulan yang dimiliki BPRS Formes dibandingkan BPRS yang lain?

Ibu Nita : kalau dibandingkan dengan BPR, kami mempunyai margin yang kompetitif, jadi dibanding dengan BPR dan BPRS lain kami bisa bersaing dengan harga yang lebih murah. Kami juga mempunyai pelayanan yang terbilang cepat, untuk nasabah lama, pengajuan pembiayaan bisa satu hari cair, sedangkan nasabah baru tiga sampai lima hari. Kami menggunakan sistem jemput bola, jadi nasasbah-nasabah terutama lembaga yang menabung dan menarik tabungan, kita mengambil dan memberikan dananya ke lembaga tersebut atau nasabah tersebut. Dalam menggunakan sistem tersebut, kadang kami menggunakan mobil kas keliling, tetapi kalau mobil kas keliling sedang dipakai untuk promosi kearea sosialisasi, kita menggunakan motor pribadi. Untuk selama ini, banyak lembaga-lembaga terutama BMT yang mempercayakan keuangannya kepada kami, mungkin karena kedekatan, mereka lebih percaya pada kami.

Rifqi :berarti itu ya bu keunggulannya. Selanjutnya, menurut ibu, kelemahan apa yang dimiliki oleh BPRS Formes dibanding dengan BPRS yang lain?

Ibu Nita : kalau kelemahannya mungkin kurangnya area ekspansi. Jadi kami hanya ekspansi didaerah Sleman, kalau BPRS lain ada kantor cabang atau kantor kas di daerah lain yang menyebabkan luasnya daerah ekspansi. Kami saat ini berpusat di Sleman, tetapi bukan berarti karena kami berpusat di Sleman, nasabah kami hanya di area sini saja. Karena karyawan disini tidak semuanya tinggal di Sleman, ada yang tinggal di Bantul, ada yang dari Gunung Kidul, dan lain-lain, kami menarik masyarakat sana dengan mempromosikannya. Saya sendiri merupakan masyarakat Bantul, dan banyak nasabah dari Bantul karena saya membantu mempromosikannya. Walaupun hanya berpusat di Sleman, tidak menjadi hambatan kami untuk

memperluas daerah ekspansi, karena kan sekarang ada *gadget* yang dapat membantu kami dalam hal promosi bisa dengan via WA, via Email, dan lain-lain. tidak perlu *face to face*. Kami menggunakan *personal selling* dan teknologi, kalau selama ini nasabah diluar Sleman banyak dari Bantul, Kulonprogo, Gunung Kidul, Klaten, dan Solo. Waktu jenengan minta untuk wawancara itu saya sedang perjalan balik dari Solo, ada nasabah disana yang mengajukan pembiayaan. Biasanya kebanyakan nasabah yang ingin menabung langsung ke kantor karena kebanyakan orang sekitaran sini, tapi kalau pembiayaan, kita yang keluar, bahkan sampai Magelang.

Rifqi : berarti sudah memberikan pengajuan ke berbagai daerah ya bu?

Ibu Nita : iya kalau ke daerah atas sampai Magelang, kalau daerah selatan ke Bantul, Gunung Kidul, kalau ke timur biasanya ke Klaten, Solo, Boyolali.

Rifqi :berkaitan dengan pandemi, dampak apa yang dirasakan oleh BPRS Formes apa saja ya bu?

Ibu Nita : dampaknya pertama, nasabah penabung yang biasanya ke kantor untuk setoran, sekarang jadi berkurang. Kedua, yang pengajuan biasanya banyak banget tapi saat awal covid jadi sedikit dan lain-lain. cuman kami lebih berhati-hati, karena dimasa pandemi ini, tidak semua orang membutuhkan dana untuk modal usaha atau untuk apa. Tapi mereka lebih ke penyelamatan hidup, konsumsi dan kebutuhan mereka. Jadi kami dimasa pandemi ini lebih berhati-hati dalam menganalisa nasabah, kenapa? Jangan-jangan mereka mengajukan untuk modal usaha padahal saat pandemi sedang tidak lancar, dan uang yang kami berikan lebih mereka prioritaskan untuk bertahan hidup. Ya walaupun dikami juga ada pengajuan untuk konsumsi, beli barang, beli motor, beli tanah, beli rumah. Kami mencoba menganalisa nasabah seperti ini, yang mengajukan modal

usaha tetapi malah untuk bertahan hidup, mungkin saja nasabah tersebut dikeluarkan dari pekerjaannya atau apa.

Rifqi : berarti berpengaruh sekali dampak yang dirasakan ya bu, apalagi dana yang seharusnya digunakan untuk modal kerja, malah menjadi dana untuk bertahan hidup.

Ibu Nita : iya betul. Makanya kita berhati-hati ketika nasabah mengajukan, apakah dia benar mengajukan atau untuk bertahan hidup. Kalau misalnya dia pegawai swasta yang tidak banyak dipengaruhi oleh pandemi mungkin tidak masalah. Karena kebutuhan yang dia perlukan mungkin sudah dicukupi oleh gaji yang dia terima dari pendapatan tetap. Tapi kalau nasabah yang memiliki usaha, pasti ada terkena dampaknya. Usaha kan naik turun penghasilannya, usahakan pasti terdampak walau diskala besar maupun kecil, pasti terkena dampak pandemi ini. Pendidikan juga terdampak, terutama swasta. Untuk sekarang memang ada yang pernah jatuh usahanya dan sudah bangkit, ada juga yang masih terpuruk.

Rifqi : terus menurut ibu, hambatan yang mempengaruhi BPRS Formes saat pandemi itu apa ya bu?

Ibu Nita :hambatannya yaitu target utama pembiayaan dan pengajuan dana, karena kondisi pandemi, ekonomi tidak menentu, kadang lancar mungkin nantinya bisa macet. jadi hambatannya ekonomi secara global yang belum pulih dan bisa saja nanti ada resiko macet terhadap pembiayaan. Kedua target yang tidak tercapai. Yang seharusnya perbulannya sudah terkumpul dana sebanyak berapa ternyata belum dapat mencapai target akibat kondisi yang tidak menentu.

Rifqi :seperti yang ibu bilang, ibukan dari divisi marketing, untuk konsep pemasaran yang ditawarkan BPRS Formes itu bagaimana ya bu?

Ibu Nita :kalau dulu kami menyalurkan lewat lembaga-lembaga. Jadi kami menjalin Kerjasama dengan lembaga-lembaga, dengan perusahaan, dengan sekolah-sekolah, ke komunitas. Tetapi saat pandemi ini, kami lebih kepada teknologi lewat *handphone*. Jadi pemasarannya via media sosial seperti WA, Facebook, Web yang dikelola oleh kantor, untuk yang personal menggunakan *personal selling*. Orang yang telah kami tawarkan dan tertarik dapat menghubungi *contact person* yang telah ditaruh di promosi tersebut dan dari situ dapat diberikan form pengajuan pembiayaan ataupun form untuk yang mau menabung. Nasabah bisa mengisi form tersebut dan meng-*upload* syarat-syarat dokumen yang dibutuhkan, dan setelah itu kita yang mencetak dokumen tersebut dikantor. Untuk pembiayaan memang harus *face to face* karena harus disurvei karakter nasabah, modal yang tertera, jaminan yang diberikan, bagaimana kondisi ekonominya, serta kemampuan mereka untuk membayar, kalau tabungan tidak perlu. Kalau pembiayaan kan kita memberikan dana ke mereka, jadi ketika syarat-syarat sudah dipenuhi, kami kualifikasi, apakah nasabah tersebut lolos dari persyaratan awal atau belum. Kalau lolos, kami survei ke lokasi nasabah tersebut, kalau tidak lolos ya kami berhentikan pengajuan tersebut. Form pengisian berupa bit.ly.

Rifqi : berarti dengan menggunakan media sosial dan pengisian dokumen bisa berdampak positif dalam meningkatkan jumlah nasabah dimasa pandemi ya bu?

Ibu Nita : iya betul. Kan dari awal pandemi kita dibatasi dalam banyak hal, sosialisasi, ekspansi, bahkan beberapa karyawan juga mengalami *work from home*. Nah media sosial, yang kita sampaikan bisa luas, semisal di Kulon Progo juga melihat Facebook kita.

Rifqi : oo begitu ya bu, tetapi apakah dengan media sosial tersebut juga dapat meningkatkan profitabilitas?

Ibu Nita : jelas mas, semisal di Facebook, nah kita mem-posting promosi kami, penawaran kami, terus banyak pengikut yang melihat, setelah itu bisa saja ada yang men-share ke temannya, kerabatnya yang ingin mendapatkan modal usaha. Pemasaran seperti ini, lumayan menguntungkan, tetapi tetap setelah calon nasabah yang mengajukan pembiayaan harus memenuhi persyaratan terlebih dahulu semisal melampirkan fotocopy KK, KTP, Buku nikah, setelah itu kita analisis dari karakter nasabah tersebut.

Rifqi : hmm seperti itu ya bu. Terus menurut ibu, bagaimana hubungan antara peningkatan jumlah nasabah dengan peningkatan profitabilitas pada saat pandemi?

Ibu Nita : begini mas, saat awal pandemi, kita sulit menawarkan produk-produk kami, karena pembatasan sosial, bahkan di kampung saya saja ditutup. Terkena dampak pandemic ini mas, jadi hanya pihak keluarga saja yang boleh masuk, selebihnya orang harus online mas. Setelah itu awal pandemic, banyak kantor yang WFH, BPRS juga sempat WFH diawal pandemic tersebut. Kalau tidak salah 2 sampai 3 bulan WFH. Setelah itu di bulan ke 5 mulai kerja dikantor. Karena kalau tidak kerja di kantor, kita tidak dapat menerima angsuran nasabah dan melakukan segala halnya mas. Kan kita berada di sektor esensial, jadi harus tetap bekerja sebagaimana mestinya. Pada awal pandemic, jangankan meningkatkan jumlah nasabah, untuk menstabilkan jumlah nasabah yang mengangsur secara tetap saja kami kesulitan, jadinya kita beri kelonggaran pembiayaan. Tetapi untuk sekarang ya sudah mulai teratasi, kami sudah mulai bangkit dan mengejar ketertinggalan.

Rifqi : berarti covid ini sangat mempengaruhi penurunan jumlah nasabah ya bu?

Ibu Nita : iya sangat mempengaruhi.

Rifqi : terus kalau seperti itu bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS agar mendapat kepercayaan nasabah pada masa pandemic bu?

Ibu Nita : sebenernya walaupun pandemic seperti ini, nasabah tetap percaya kepada kami, apalagi nasabah lama kami. Dikarenakan kami dengan nasabah selalu menjalin tali silahturahmi, jadinya kita tidak kehilangan kepercayaan dari nasabah. Jadi walaupun nasabah lama sudah tidak memiliki pembiayaan di kami, kami masih bisa menawari kembali kepada mereka yang sudah tidak memiliki pembiayaan di kami.

Rifqi : pastinya BPRS Formes memberikan pelayanan kepada nassabah-nasabah, dan pastinya pelayanan tersebut dapat menarik kepercayaan nasabah itu sendiri ya bu. Dengan begitu apakah bisa memicu peningkatan jumlah nasabah tidak bu?

Ibu Nita : bisa juga mas. Jadi selama ini persaingan kami dengan BPRS serta Bank umum yang tidak buruk, kami bisa kompetitif, kita bisa bersaing dengan mereka. Namun kami kalah dengan program pemerintah KUR, itu karena KUR itu uang milik pemerintah, yang diberikan secara cuma-cuma dengan margin yang bisa dibawah 0.3, jadi bersaing dengan KUR saja. Cuman tidak semua orang dapat mengakses KUR, karena akses KUR jika sudah diambil maka ada jangka waktunya lagi jika ingin mengambil KUR tersebut. Terus KUR itu sangat terbatas, jadi bentuknya komersial, karena komersial maka kami dapat bersaing dengan mereka. Cuman hambatannya pesaingnya bank yang dapat diakses KUR -nya. Bank yang dapat mengakses KUR yaitu BPD dan bank BRI yang mana bank ini adalah bank pemerintah. Serta Bank Mandiri kalau tidak salah. BPRS dan BPR tidak mendapatkan KUR. BPR dan BPRS hanya mendapat dana pihak ketiga saja.

Rifqi :baik bu baik. Terus produk BPRS Formes kan ada banyak ya bu, produk mana yang diunggulkan dan diminati unutk saat ini dimasa pandemi ?

Ibu Nita : produk yang di unggulkan yaitu Murabahah untuk yang pembiayaan. Yang tabungan yaitu produk Taman, Si Amin, dan Sahabat. Untuk tabungan Sahabat itu bentuknya investasi antar lembaga, jadi BMT ke BMT. BMT-BMT kan kalau menyimpan dananya kan di BPRS Formes dan itu menggunakan tabungan sahabat. Tabungan Sahabat ini merupakan tabungan unggulan karena yang menyimpan dananya itu lembaga yang menyetorkan dana dengan nilai yang besar.

Rifqi : promosi apa yang paling tepat untuk meningkatkan jumlah nasabah?

Ibu Nita : promosi ke lembaga-lembaga, terus yang dapat meningkatkan jumlah nasabah via digital menggunakan media sosial Facebook dan What'sApp. Kalau yang datang kesini nasabah di dekat sini dan relasi yang sudah terjalin. Jadi misalnya nasabah lama yang mempunyai kerabat yang ingin menabung atau melakukan pembiayaan.

Rifqi : saat pandemi seperti ini pastinya ada nasabah yang telat bayar dan penundaan pembayaran, berapa persen nasabah yang melakukan hal tersebut bu?

Ibu Nita :sekitar 8 sampai 10 persen yang melakukan telat bayar dan penundaan pembayaran.

Rifqi : berarti dengan begitu dapat menurunkan tingkat profitabilitas ya bu?

Ibu Nita : iya betul, hanya saja kalau yang telat bayar ini di ingatkan untuk membayar lebih pada bulan berikutnya. Yang menjadi masalah yaitu

bulan ini tidak membayar angsuran, bulan besoknya tidak membayar lagi, bulan besoknya lagi tidak membayar lagi, ini yang menyebabkan penurunan profit. Yang kedua yaitu dari pemerintah kan ada relaksasi pembiayaan, jadi setiap bank diberikan relaksasi pembiayaan bagi nasabah yang terdampak. Tetapi pada kenyataannya, dilapangan hanya 5 sampai 10 persen yang tidak terdampak. Dengan begitu 90 persen yang diberikan relaksasi pembayaran. Misalnya angsurannya 5 juta perbulan, tapi karena medapatkan relaksasi pembayaran angsurannya jadi 1 juta perbulan. Ini disesuaikan dengan analisanya, apakah nasabah tersebut terdampak sangat parah atau tidak. Jika sangat parah bisa saja 500 ribu perbulannya. Jadi relaksasi ini memang program dari pemerintah yang ada dalam peraturan OJK, jadi kita sebagai pelaku juga turut ikut serta dalam program tersebut.

Rifqi : Langkah apa yang dilakukan BPRS Formes dalam meningkatkan profitabilitas ?

Ibu Nita : yang pertama, menggalang dana-dana dan tabungan tersebut. Kalau yang investasi mudhrabah kan rada mahal dananya, kita menggiatkan tabungan taman dan mitra Amanah, tabungan ini tabungan yang murah. Setelah itu dijualnya ke nasabah dengan standar pembiayaan. Yang kedua, dana tersebut dilemparkan dalam bentuk meningkatkan volume pembiayaan yang banyak, jadi profit bisa tercapai.

Rifqi : terus bu, peran BPRS Formes dalam meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas dimasa pandemi itu bagaimana ya bu?

Ibu Nita : kita melakukan relaksasi seperti yang ibu sudah bilang. Jadi misalnya nasabah tersebut benar terdampak pandemi, usaha nasabah tersbeut tidak bisa bergerak, kita Analisa, usaha nasabah dulu pendapatannya 10 juta perbulan, sekarang hanya 2 juta perbulan,

setelah di analisis kebutuhan nasabah tersebut, berapa dana yang bisa diangsurkan. Jadi kita turunkan angsurannya, yang dulu misalnya 5 juta perbulan, bisa saja jadi 500 ribu perbulan karena nasabah tersbeut terdampak pandemi. Kita memberikan keringanan ke nasabah dalam bentuk penurunan jumlah angsuran.

Rifqi : apa saja yang mempengaruhi rasio profitabilitas di BPRS Formes ?

Ibu Nita : tidak tercapainya pembiayaan, pembiayaan yang tidak tercapai targetnya sangat mempengaruhi rasio. Yang kedua tidak tercapai target angsuran pada pemasukkan. Jadi misalkan, jumlah nasabah disini perbulannya 800 orang dengan pembiayaan yang beragam, tetapi hanya 600 orang yang membayar, jadi target pemasukkannya berkurang, jadinya mempengaruhi rasionya juga. Terus dana-dana mahal, kayak deposito-deposito, itu juga mepengaruhi rasio juga. Kalau yang tabungan kita juga ada yang murah, karena yang tabungan itu ada yang khusus. Karena nasabah ada yang meminta nisbah khusus. Sehingga yang seharusnya kita mengeluarkan pendanaan sekian, jadi sekian. Nisbah khusus memiliki perjanjian sendiri.

Rifqi : terus bu untuk yang *non-performing finance* sendiri bagaimana bu? Apakah mempengaruhi rasio juga?

Ibu Nita : NPF itu bisa tinggi jika angsuran tidak masuk, jadi misalkan targetnya sekian, karena banyak yang tidak mengangsur, menyebabkan NPF-nya tinggi. NPF muncul karena angsuran tidak masuk, nasabah pada nunggak banyak sampai 3 kali nunggak.

Rifqi :Strategi apa yang diterapkan BPRS Formes untuk mempertahankan usaha BPRS dimasa pandemi ? karena yang saya tahu, ketika pandemi ini, bank-bank kecil bisa di non-aktifkan ya bu.

Ibu Nita : kalau kami selama ini, kami masih bisa beroperasional, karena kepercayaan nasabah kepada kami, nasabah masih percaya untuk menitipkan uangnya pada kami, kami bisa memberikan pembiayaan ke nasabah, menurut saya masih bisa. Jadi selama kita masih bisa beroperasional, kita masih bisa menarik dan menyalurkan dana nasabah. Tinggal gimana target itu bisa tercapai.

Rifqi : berarti dengan tingkat kepercayaan nasabah yang masih ada jadinya masih bisa beroperasional di tenagh pandemi ini ya bu. Kalau strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah sendiri itu bagaimana ya bu?

Ibu Nita :iya betul. Untuk sekarang ini, setidaknya kita mempertahankan terlebih dahulu, belum sampai ketahap meningkatkan dulu. Mungkin karena kedekatan antara kita dengan nasabah, terjalin hubungan emosional, kita dengan nasabah tidak hanya sekedar klien, cuman kita ada ikatan kedekatan antara kita dengan nasabah. Setidaknya dengan kedekatan itu, nasabah tetap percaya dan memilih Formes, untuk segala kebutuhannya. Yang kedua itu pembiayaan kelompok, jadi pembiayaan kelompok itu biasa banyak, karena 1 kelompok bisa 5 sampai 10 orang, nah untuk mempertahankan supaya mereka tetap mau pembiayaan di kita, kita membuat kelompok baru. Misalkan dalam sebulan kita dapat mendapatkan 5 kelompok yang terdiri dari 5 orang perkelompokkan juga sudah terbilang banyak, ini untuk satu marketing, semakin banyak marketing, semakin banyak juga pembiayaan yang ada. Kelompok itu bertujuan untuk menarik masyarakat juga, jadi terjalin relasi antar komunitas. Tetapi kelompok ini tidak harus semuanya memiliki usaha, jadi misalkan di kampung A ada ibu-ibu arisan, kelompok ibu-ibu arisan ini bisa melakukan pembiayaan ini.

Rifqi : terus bu untuk strategi meningkatkan profitabilitasnya ini bagaimana ya bu?

Ibu Nita :kalau profitabilitas ini bagaimana caranya, nasabah yang sudah melakukan pembiayaan, tetap bisa membayar angusran setiap bulannya. Kalau mereka membayar setiap bulan, target bisa tercapai, 90 persen bisa mempertahankan tingkat profitabilitas. Yang menting mereka dapat mengangsur saja, kita masih bisa bertahan dalam hal profitabiltas. Yang penting stabil, setidaknya kalau tidak stabil, yang bulan ini misalkan tidak membayar, ditutup dibulan depan. Tapi kalau sudah mulai tidak membayar bulan ini, dibulan depannya juga sudah membayar itu yang bermasalah. Kalau sudah berkepanjangan, penanganannya sudah berbeda, sudah bukan diingatkan saja, didatangi. Kalau didatangi tidak ada, bisa didatangi diluar jam kerja. Yang pasti untuk meningkatkan profitabilitas, harus meningkatkan jumlah nasabah serta meningkatkan volume usaha. Dengan meningkatkan volume usaha, bisa meningkatkan pembiayaan, meningkatkan tabungan dan lain-lain.

Hasil Trankrip Wawancara

Hari/Tanggal : Rabu, 9 Februari 2022

Lokasi Penelitian : Kantor BPRS Formes Yogyakarta

Narasumber : Iman Tribowo

Jabatan : Divisi Operasional

Rifqi : Assalamualaikum pak, saya Muhammad Rifqi Fadhilah, saya sedang menempuh Tugas akhir saya yang berjudul “Analisis Strategi BPRS Formes Dalam Meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas di masa pandemi covid-19”. Untuk pertama-tama boleh diperkenalkan nama bapak siapa, sudah berapa lama bapak bekerja disini dan bekerja divisi apa pak?

Pak Iman : Perkenalkan nama saya Iman Tribowo, dari divisi Operasional, dan sudah bekerja disini selama 9 tahun dari 2013.

Rifqi : untuk sejarah pendirian BPRS Formes itu bagaimana ya pak?

Pak Iman : kalau sejarah awal saya tidak tahu secara pasti, yang saya tahu berawal dari direksi yaitu Bapak Rosyid dan direkturnya yaitu Bapak Muhammad Abdul Azis. Untuk direksi dan direktur dari awal berdiri sudah ada di BPRS Formes sampai sekarang tidak berubah. Cuma untuk struktur karyawannya berubah-ubah. Dulu di kantor lama kami, di daerah Jalan Magelang Km. 11. Dulu kantor BPRS Formes masih kontrak pada tahun 2009, dan Alhamdulillah pada tahun 2013 sudah membeli kantor yang sekarang ada di jalan Gito Gati.

Rifqi :begitu ya pak. Untuk produk-produk disini ada apa saja ya pak?

Pak Iman : produknya ada di pamflet belakang kamu. Terdapat Murabahah, Musyarakah, Mudharabah, Ijarabah Multijasa, dan Qardh. Ini merupakan produk penyalur pendanaan. Pada bagian produk penghimpun dana terdapat Mitra Amanah sebagai tabungan pembiayaan, Ulul – Albab, Taman, Si Amin, Zakiah, Mabrur, Al – Kautsar, dan Investasi Mudharabah.

Rifqi : terus pak, menurut bapak sendiri, apa keunggulan BPRS Formes dengan BPRS yang lain pak?

Pak Iman : kalau dari segi keunggulannya ya mas, nasabah kita kan kebanyakan dari BMT, jadi nasabah BMT ini loyalnya sama Formes, kita bekerja sama dengan orang BMT di Sleman, dan berguna untuk menjalin silahturahmi dan bersifat kekeluargaan.

Rifqi :kalau untuk kelemahannya BPRS Formes dengan BPRS yang lain apa ya pak?

Pak Iman : untuk kelemahannya kita itu kurang ekspansi. Karena biasanya ekspansi untuk pembiayaan itu banyak sekali. Karena persaingan di

bank kan banyak sekali, apalagi bank-bank umum memberikan *rate* dan margin yang lebih rendah dari BPR dan BPRS. Mungkin kalaukita itu menggunakan pendekatan hati ke hati, misalkan mas sudah kenal baik sama saya, dan mas memutuskan untuk mengambil pembiayaan di Formes saja karena sudah mengenal baik. Orang sudah tidak memikirkan *rate*-nya tinggi, karena kita dan nasabah sudah hati ke hati dan memunculkan relasi yang kuat serta terikat. Maknaya kita berusaha mencari kekeluargaan, silahturahminya dijalin supaya tidak terputus.

Rifqi : dampak covid ke BPRS Formes itu bagimana ya pak?

Pak Iman : dampaknya banyak sekali mas, banyak sekali nasabah-nasabah yang mengajukan restruck jadi angsurannya semisal 5 juta perbulan jadi 1 juta perbulan, dengan jangka waktu yang ditata ulang untuk memudahkan nasabah. Nasabah juga perlu berkembang, jadi dari pihak bank berkembang, nasabah juga berkembang usahanya agar saling terjalin.

Rifqi : yang menjadi hambatan saat covid itu apa ya pak?

Pak Iman :hambatannya itu promosinya mas. Promosi kan kita diwilayah Sleman, promosi kita masih mengandalkan silahturahmi dan kedekatan antar nasabah yang sudah ada. Jadi masih kurnag promosi yang luas.

Rifqi : terus untuk konsep pemasaran BPRS Formes sendiri itu bagaimana ya pak?

Pak Iman : setiap tahun kan kita membuat RBB atau bisa disebut Rencana Bisnis Bank. RBB ini direncakan setiap akhir tahun dan dipergunakan di tahun selanjutnya. Untuk ditahun 2022 ini kita merencanakan di bulan Desember sampai Januari kemarin. Yang kita rencanakan ditahun 2022 ini Insya Allah rencana digitalisasi perbankan. Produk-produk baru seperti IMBT, ada piutang sewa,

refinance, *refinance* itu pembiayaan ulang, tetapi berbeda dari restruck. Jadi seumpama pembiayaan sebelumnya murabahah, terus dialihkan menjadi musyarakah atau mudharabah. Setelah itu ada peningkatan promosi, dan kunjungan nasabah. Kunjungan nasabah ini dilakukan dengan cara jemput bola. Peningkatan pelayanan nasabah, seperti dibagian teller dan customer service. Jadi nasabah bisa dilayani dengan cepat.

Rifqi : untuk margin di BPRS Formes itu berapa ya pak?

Pak Iman : untuk margin disini 0.8 persen. Jika dibandingkan dengan bank-bank umum, lebih kecil bank-bank umum seperti bank BRI kecil sekali karena sudah mendapat bantuan dari pemerintah, dengan rendahnya margin mereka itu menyebabkan nasabah pada berpindah ke bank-bank umum. Yang kita tarik itu nasabah-nasabah jemput bola, yang sudah menjalin kerjasama, yang sudah terjalin silahturahmi, dan juga untuk pelayanan pembiayaan. Disinikan untuk pembiayaankan butuh dana cepat, pengajuan dan inginnya cepat, serta inginnya satu hari bisa cair. Sebenarnya disini bisa, asalkan data diri dan dokumen yang dibutuhkan lengkap saat itu juga. Kalau tidak lengkap bisa lama, jadi pengajuan dana bisa cepat asalkan dari nasabah juga dapat memberikan data dan dokumen saat itu juga.

Rifqi : dari Rencana Bisnis Bank tadi kan bisa dibilang sudah berjalan selama 1 bulan kurang, nah dari situ apakah sudah mendapatkan dampak positif selama covid ini?

Pak Iman : dampak kecilnya sudah ada, tetapi karena baru awal, kita mulai secara bertahap. Insya Allah pada bulan-bulan maret atau April, nasabah pembiayaan akan meningkat. Kita kan juga dikejar target, sesuai dengan RBB kemarin. Pembiayaan dibulan Desember kemarin berapa Milyar, dan dibulan Juni tahun 2022 harus sesuai

target. Kalau tidak sesuai target ada yang mengawasi dari pihak OJK. Nanti dari pihak OJK akan merespon, setelah RBB kemarin kok tidak terkejar targetnya, dan nanti ditanyakan kendalanya. Saling terkait satu sama lainnya. Makanya itu kalau bank banyak sekali resiko-resikonya yang ditetapkan oleh OJK, ada resiko kredit, resiko pembiayaan, resiko reputasi, dan resiko operasional, harus dijaga dan diawasi. Pihak bank juga harus bisa mempertahankan, *check and recheck* kalau ada transaksi yang melenceng, transaksi yang mencurigakan harus dilaporkan ke OJK. Kalau disini ada aplikasi Namanya SIGAP. Itu aplikasi pencucian uang, itu kita laporkan juga dikhawatirkan adanya jaringan terorisme. Kalau ada nasabah yang memiliki daftar yang berkaitan dengan aplikasi tersebut akan kita laporkan dan diblokir. Kita akan mengecek, misalnya si A mau melakukan pembiayaan di bank sini, kalau tidak ada catatan tersebut, kita laporkan nihil. Kalau ada, kita laporkan ke OJK dan kita blokir, ini dalam rangka menghindari adanya anti-pluralisme.

Rifqi : apakah konsep ini mempengaruhi profitabilitas tidak pak?

Pak Iman : jelas berpengaruh.

Rifqi : kalau menurut bapak, apakah ada hubungan antara peningkatan jumlah nasabah dengan tingkat profitabilitas disisi pemasaran pada masa pandemi?

Pak Iman : sangat berpengaruh dan berhubungan. Karena covid ini, angsuran nasabah jadi berkurang juga, semula angsuran nasabah sekian jadi berkurang. Otomatis keuntungan bank juga berkurang. Uangnya tidak bisa diputar kembali untuk memberikan pembiayaan. Caranya dengan pelayanan yang cepat bagi nasabah, kita ingin nasabah bisa nyaman melakukan pembiayaan disini. Dampak covid ini bisa menurunkan jumlah nasabah yang ada. Dengan adanya covid dari

tahun 2020 sampai sekarang, ekspansi jadi berkurang dan terbatas. Kita mau melakukan silahturahmi dengan nasabah pembiayaan juga terbatas, karena daerah tempat mereka tinggal di tutup. Komunikasi Cuma lewat handphone, dan pelengkapan data nasabah dikirim lewat email. Mungkin membuka layanan google dokumen. Dari layanan itu, nasabah tinggal meng-input data-data dan dokumen yang diperlukan.

Rifqi : menurut bapak sendiri, apakah pelayanan BPRS Formes bisa mendapat kepercayaan dari nasabah pada masa pandemi ini? Soalnya pada masa pandemi ini agak sulit bagi nasabah untuk mengajukan pembiayaan dan nasabah pasti ingin melakukan bertahan terlebih dahulu.

Pak Iman : iya bisa, dengan cara berkomunikasi dengan nasabah tersebut. Kalau nasabah pembiayaan kita tanya kendalanya apa, kita carikan solusi, kita bantu solusinya. Misalnya selama bulan ini kok angsurannya tidak sesuai. Kita kasih solusi apa perlu dilakukan angsuran atau perpanjangan jangka waktu. Kalau nasabah tabungan, kita lakukan jemput bola. Jadi seumpama, nasabah ingin menabung 100 juta, kita langsung kenasabahnya dan diambil. Kita berikan kemudahan, atau dengan transfer juga bisa.

Rifqi : untuk produk unggulan atau produk yang sangat diminiati itu yang mana ya pak?

Pak Iman : untuk produknya yaitu produk murabahah (jual beli). Kebanyakan yang pembiayaannya yang nasabah murabahah. Kalau murabahah ada 60 persen peminatnya, sisanya terbagi ke produk ijarah, musyarakah dan produk-produk lain. kitakan punya mobil kas keliling, nah itu dipakai juga untuk promosi. Jadi disini kan ada dua divisi, di setiap divisi terdapat kepala divisi, wakil divisi 1 dan wakil divisi 2. Saat menggunakan mobil kas keliling yang berkeliling

didaerah Seyegan Sleman nanti di jadwalkan di hari ini siapa yang ada di dalam mobil kas keliling itu, setiap hari senin, rabu, dan kamis itu ganti-gantian. Untuk melakukan promosi produk-produk baru, jadi stand by disitu dengan menggunakan mobil kas keliling ini. Nasabah tidak perlu datang ke kantor, bisa melakukan transaksi di mobil kas keliling itu. Misalnya mobil kas keliling sedang ada di daerah Seyegan, nasabah yang ingin menabung tinggal transaksi disana, ini bertujuan untuk mempermudah akses bagi nasabah. Mobil kas keliling ini berkeliling di dua daerah, di Seyegan dan di Pakem. Kita tidak diperbolehkan di luar Sleman, ada peraturannya. Misalnya kita buka di daerah selain dua daerah diatas tidak diperbolehkan. Ketika kita akan membuat cabang yang bukan kantor kas diluar daerah tersebut, itu masih boleh-boleh saja. Untuk kantor kas hanya di Pakem dan Seyegan untuk mempermudah nasabah.

Rifqi : berarti salah satu promosi yang dilakukan BPRS Formes itu mobil kas keliling ya pak?

Pak Iman :iya, mobil kas keliling, sama media sosial. Kita mencoba promosi lewat Instagram, facebook. Walaupun banyak juga saingannya, untuk bank-bank lain promosinya menggunakan media sosial juga kan? Ya memang karena sekarang sudah diera digitalisasi jadinya banyak yang menggunakan media sosial untuk melakukan promosi. Era digitalisasikan infrastruktur yang sangat mahal dan membangun. Kayak bank-bank besar tidak masalah menghabiskan berapa triliun untuk infrastruktur yang bagus. Seperti bank BSI, infrastrukturnya sudah bagus, kita tinggal pencet handphone, sudah bisa lihat info saldo, transfer, apalagi BCA, yang sekarang untuk membuat rekening saja tidak harus datang ke kantor, tinggal pencet di aplikasinya saja. Ya itu prasarana dari infrastruktur. Dan juga itu kebijakan dari OJK juga, kan ada peraturannya untuk digitalisasi, harus memiliki tujuan.

Rifqi : untuk nasabah yang menunda angsuran kira-kira berapa persen pak?

Pak Iman :banyak eh mas. Hampir 50 persen. Ini sangat berdampak untuk profitabilitas, karena kan nasabah yang mengajukan restruck itu banyak sekali. Itu harus ada komunikasi antar nasabah dan divisi marketing. Jadi dari divisi marketing harus menanyakan kendalanya, dan diberikan solusi. kendala angsuran yang turun, bisa diperpanjang jangka waktunya sampai nasabah dapat berkembang usahanya dan membayar angsuran secara normal. Dari 2020, ada nasabah yang sampai sekarang belum berubah angsurannya. Jadi dia terdampak sekali itu, biasanya nasabah lain semisal mengajukan perpanjangan angsuran dalam 1 tahun bisa membayar angsuran secara normal lagi. Sedangkan nasabah ini setelah mengajukan perpanjangan angsuran 1 tahun, setelah 1 tahun sama aja, nasabah tersebut menginginkan keringanan, akhirnya kita juga bantu memperpanjang angsuran lagi, hingga usaha nasabah tersebut bisa normal lagi. Ya saya melihat nanti 2024 sudah stabil lagi perekonomian. Rencana pemerintah kan maret nanti sudah bisa, tetapi karena sudah PPKM fase 3 ya dibatasi lagi. Kondisi seperti ini sangat berpangruh untuk bank-bank kecil seperti kita ini. Yang dulu laju pertumbuhan keuntungan bisa cepat, sekarang malah melambat. Tetapi ditahun 2021 sudah mulai merangkak naik, kondisi perekonomian berpengaruh jugakan. Bank juga kan dari nasabah untuk kepercayaannya.

Rifqi : berarti dengan penundaan angsuran akan mengurangi tingkat profitabilitas ya pak?

Pak Iman : iya jelas. Intinya banyak yang terdampak, kita setiap bulan melaporkan berapa nasabah yang terdampak ke OJK beserta usaha yang dikelola oleh nasabah itu.

Rifqi : berarti berkaitan ya pak dengan peningkatan jumlah nasabah dengan profitabilitas?

Pak Iman :iya mas, kalau nasabahnya naik kan profitabilitas otomatis juga ikut naik.

Rifqi :jumlah nasabah dan rasio profitabilitasnya pasti berpengaruh dan berkaitan, dengan jumlah nasabah naik profitabilitas juga naik, nah saya kan pernah membaca terkait *non-performing finance* yang mana itu artinya pembiayaan macet.

Pak Iman : nah NPF itu kan nasabah-nasabah yang mempunyai tunggakan lebih dari 90 hari. Jadi NPF dibagi menjadi tiga kategori; ada KL (kurang lancar), diragukan, dan macet. KL itu tunggakan lebih dari 90 hari, kalau sudah 180 hari dikategorikan sebagai diragukan, kalau macet 12 kali tunggakan dan sudah jatuh tempo. Pertama kalau jatuh tempo kan KL dulu, setelah itu diragukan, abis itu macet. macet itu sudah sama sekali tidak mengangsur selama 360 hari atau selama 12 bulan. Solusinya bisa diberikan restruck, kalau POJK sekarang, restruck bisa diberikan kepada nasabah yang melakukan NPF. Tetapi ada nasabah yang sengaja melakukan NPF, jadi nasabah tidak mau mengangsur sama sekali. Ini berkaitan dengan karakter nasabah itu sendiri. Kalau misalnya nasabah itu banyak janji tetapi tidak menepati janjinya sampai berapa bulan, berarti karakter orangnya sudah tidak bisa dijaga. Karakter yang bisa dibilang jelek. ada layanan informasi debitur. Jadi jika ada nasabah yang sudah masuk KL atau masuk diragukan atau masuk macet, seumpama dia mau pinjam di bank lain, nanti di cek dilayanan informasi debitur, nanti bisa keliatan *track record*-nya. Ternyata dia pernah meminjam di bank ini dalam keadaan diragukan, otomatis dia tidak bisa meminjam dibank lain. jadi kalau ada nasabah yang bagus tidak banyak tunggakan harus dijaga. Soalnya nanti dia akan dicek juga, apakah nasabah ini layak untuk mendapatkan pinjaman atau tidak.

Kalau misalnya karakter nasabahnya jelek, ketika kita mendatangi nasabah tersbeut dan dia tidak berniat untuk membayar kan karakter orangnya juga bisa dikatakan jelek. Hal ini bisa dinyatakan seperti itu jika memang dari nasabah tersebut tidak memiliki niat untuk membayar dengan alasan yang tidak jelas. Kalau dia hanya mengangsur sebulannya 100 ribu tidak masalah, dia masih memiliki niat untuk membayar, jadi nanti kita bisa memberikan solusinya berupa perpanjangan waktu membayar, apalagi memang ternyata nasabah tersebut memang terdampak covid. Nasabah yang membayar sesuai kemampuan akibat dampak covid ya tidak masalah, malahan kita akan memberikan solusinya.

Rifqi : berarti untuk strategi BPRS Formes dalam menghadapi covid itu bagaimana pak? Apakah menggunakan strategi bertahan terlebih dahulu atau bagaimana pak?

Pak Iman : untuk sekarang kita tidak bertahan mas. Kita tetap melakukan strategi jemput bola, kita masih promosi ke tempat-tempat, terus dari divisi marketing membuat area-area yang akan dikunjungi. Jadi divisi itu mendatangi ke sd, ke instansi, ke perusahaan, dan lain-lain menggunakan mobil kas keliling itu. Dengan mobil kas keliling itu, apakah nasabah mau pembiayaan atau tabungan, kita bisa menggunakan mobil tersebut.

Rifqi : berarti dengan menggunakan strategi jemput bola menggunakan mobil kas keliling, bisa meningkatkan jumlah nasabah juga ya pak?

Pak Iman : iya bisa.

Rifqi :kalau strategi untuk meningkatkan profitabilitas itu bagaimana pak?

Pak Iman : kalau keuntungan kita dengan ekspansi pembiayaan itu, dengan menambah jumlah nasabah serta calon nasabah. Semakin nasabahnya meningkat, semakin tinggi juga profit yang didapat. Kita juga harus hati-hati dalam memilih nasabah, tidak boleh sembarang

nasabah. Kalau nasabah datang ke kantor, kita cek dulu menggunakan layanan informasi debitur dari OJK yang namanya sistem informasi layanan debitur. Jadi untuk mengetahui, apakah nasabah ini layak atau tidak.

Rifqi : berarti debitur yang ingin melakukan pembiayaan harus dicek terlebih dahulu dengan aplikasi itu ya pak?

Pak Iman : iya betul, jadi untuk mengetahui nasabah itu lancar atau tidak dalam membayar angsuran, nasabah ini sebelumnya masih memiliki pembiayaan yang menunggak atau tida, kondisi nasabah itu macet atau tidak. Kalau misalnya nasabah itu memiliki kondisi macet ya tidak kita pinjami. Kita harus memilih nasabah yang bagus kan. Kalau dia mengajukan, dan setelah dicek ternyata dia memiliki hutang yang banyak, terus kondisinya sudah masuk KL, kita bisa pinjamkan tetapi berhati-hati.

Rifqi : terus untuk strateginya selain promosi tadi apakah ada lagi pak?

Pak Iman : promosi sudah, pengenalan produk sudah, refinance sudah, nah nasabah-nasabah yang lama, kita kembali kunjungi. Kan di data kita ada nasabah-nasabah yang dulu-dulu. Nasabah yang sudah pernah melakukan pembiayaan disini kita kunjungi lagi. Kita menarik simpati dari mereka, kita jalin silahturahmi lagi, ditawarkan untuk menabung atau melakukan pembiayaan lagi. Nasabah yang dihubungi lagi yang lama-lama yang memang *track record*-nya bagus kita kunjugi lagi. Karenakan persaingan dengan bank-bank lain kan berat-berat. Untuk di Jogja sendiri, BPRS itu ada 10 tidak termasuk dengan BPR. Jadi ya persaingannya cukup berat untuk mencari nasabah baru. Untuk total BPRS dan BPR di Jogja itu ada 65 sepengetahuan saya, ini hanya kira-kira segitulah. Dengan adanya bank umum dan bank umum syariah, makin ketat lagi persaingan

dalam menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan atau bertransaksi di Jogja.

Rifqi : tapi untuk sekarang, keuangan syariah sudah mulai dilirik masyarakat setahu saya.

Pak Iman : iya betul, itu karena kepercayaan. Orang akan meilih karena kepercayaan itu. Kalau di konven kan banyak potongannya, biaya admin dan segala macamnya. Kalau di kita kan tidak ada. Kalau di bank-bank umum kan setiap bulan kena potongan biaya administrasi, biaya transfer dan lain-lain setiap bulannya misalkan 5 ribu. Kalau dikita kan tidak ada sama sekali, kita juga memberikan bagi hasil. Cuma kekurangan kita kan belum digitalisasi. Belum ada ATM sendiri. Kalau ATM kan perbulannya dipotong tabungan kita entah 3, ribu, 5 ribu, tidak akan terasa jika dipotong 3 ribu, 5 ribu. Kalau dikita ga ada sama sekali biaya potongan tiap bulannya.

Rifqi : memang berarti BPRS Formes kurangnya di digitalisasi ya pak.

Pak Iman : iya betul. Ya kedepannya harus bisa lah. Memang karena covid ini, jadinya apa-apa sekarang menggunakan aplikasi dan menerapkan era digitalisasi. Kalau tidak mengikuti zaman ya kita akan ketinggalan. Informasinya kan semua layanan bank yang berupa dibagian cs dan teller kan sudah tidak kalau memang benar-benar menerapkan era digitalisasi. Kita tinggal pencet tidak perlu keluar. Kalau kita mau nabung atau mengajukan pembiayaan kan kita tinggal isi form dan data-data dokumen, tinggal ditunggu dan diproses. Untuk sekarang, era digitalisasi yang mempengaruhi banyak hal, apalagi dimasa pandemi ini. Sekarang kan era digital dimana kalau ada rapat tinggal menggunakan aplikasi zoom meet.

Lampiran II

Surat Penelitian

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fis.uii.ac.id

Nomor : 1721/Dek/70/DAATI/FIAI/XII/2021
Hal : **Izin Penelitian**

Yogyakarta, 14 Desember 2021 M / 10 Jumadil Awal 1443 H

Kepada : Yth. Pimpinan BPRS Formes Yogyakarta
Jln. Gito Gati Km 1, Pandowoharjo, Kec. Mlati
Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55512
di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan ini kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa bagi mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah menyelesaikan teori, diwajibkan menulis karya ilmiah berupa skripsi.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, mahasiswa kami:

Nama : MUHAMMAD RIFQI FADHILAH
No. Mahasiswa : 17423094
Program Studi : S1 - Ekonomi Islam

mohon diizinkan untuk mengadakan penelitian di instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dengan judul penelitian:

Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di Masa Pandemi Covid-19

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA

Dokumentasi dengan Narasumber

BIODATA PENULIS

Peneliti lahir di Jakarta pada tanggal 21 April 1999. Merupakan anak kedua dari 2 bersaudara. Menempuh Pendidikan sekolah dasar pada tahun 2005 di SD Islam Al-Fajar Bekasi. Menempuh Pendidikan sekolah menengah pertama pada tahun 2011 di SMP Islam Al-Fajar Bekasi. Menempuh Pendidikan sekolah menengah atas pada tahun 2014 di SMAN 5 Bekasi. Selanjutnya peneliti menempuh program Pendidikan S1 di Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. selama di bangku perkuliahan, peneliti aktif mengikuti kegiatan organisasi. Peneliti menjadi anggota magang FKEI dibidang PSDI FKEI UII pada tahun 2018, menjadi anggota dibidang PSDI FKEI UII pada tahun 2019, dan menjadi kepala departemen *Islamic Entrepreneur* FKEI UII periode 2020-2021.