

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah di Indonesia merupakan salah satu sektor keuangan yang mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Sistem perbankan ini beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam, yang melarang praktik-praktik riba (bunga), maisir (perjudian), dan gharar (ketidakpastian).¹ Perkembangan sektor keuangan syariah di Indonesia telah menjadi salah satu fenomena ekonomi paling signifikan dalam dua dekade terakhir. Secara umum, pertumbuhan ini didorong oleh semakin tingginya kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk keuangan yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Laporan resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara konsisten menunjukkan kenaikan aset, Dana Pihak Ketiga (DPK), dan jumlah nasabah yang substansial pada industri perbankan syariah nasional.²

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia juga tidak terlepas dari peran lembaga otoritas dalam mengatur dan mengawasi industri perbankan. Keberadaan kerangka regulasi

¹Neli, 'Perkembangan Perbankan Syari'ah Di Indonesia', Sebi :Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam, 1.2(2020), 31–37.

²'Otoritas Jasa Keuangan (OJK)', *Laporan Statistik Perbankan Syariah* <<https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistikperbankan-syariah/default.aspx>> [Diakses, 25 September 2025].

dan pengawasan yang jelas memberikan landasan bagi operasional perbankan syariah agar berjalan sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku. Kondisi tersebut turut membentuk iklim kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah, termasuk Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS), sebagai bagian dari sistem perbankan nasional yang melayani kebutuhan masyarakat.

Di tingkat daerah, hadirnya Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) menjadi salah satu pilar penting sistem keuangan syariah karena memberikan alternatif layanan perbankan yang berlandaskan akad-akad syariah dan diawasi oleh otoritas terkait. PT BPRS Fadhilah Kota Bengkulu (Perseroda) merupakan lembaga keuangan milik Pemerintah Kota Bengkulu yang mulai beroperasi sejak 25 September 2020 berdasarkan izin usaha Otoritas Jasa Keuangan, dengan visi menjadi Bank Perekonomian Rakyat Syariah terbaik, sehat, dan tumbuh berkesinambungan di Bengkulu. Dengan visi menjadi Bank Perekonomian Rakyat Syariah terbaik, sehat, dan tumbuh berkelanjutan, BPRS Fadhilah dituntut untuk meningkatkan daya saing serta kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanannya.³

³‘Tentang Kami PT BPRS Fadhilah Kota Bengkulu (Perseroda)’
,*Situs Resmi BPRS Fadhilah* <<https://www.bprsfadhilahbengkulu.com/tentang-kami/>> [accessed 5 January 2026].

Sebagai lembaga keuangan mikro syariah, BPRS memiliki karakteristik yang membedakannya dari bank umum syariah maupun bank konvensional. BPRS berfokus pada pelayanan masyarakat lokal dengan pendekatan yang lebih personal dan berorientasi pada kebutuhan sektor usaha mikro dan kecil. Karakteristik tersebut menjadikan BPRS memiliki kedekatan yang kuat dengan masyarakat serta fleksibilitas dalam memahami kondisi ekonomi setempat. Namun demikian, dinamika persaingan industri perbankan menuntut BPRS untuk terus merumuskan strategi bersaing yang tepat dan sesuai dengan karakteristiknya agar mampu memperkuat kinerja penghimpunan dana dan menjaga keberlanjutan usaha.

Salah satu produk penghimpunan dana yang strategis bagi BPRS Fadhilah adalah tabungan *wadi'ah*, yaitu tabungan dengan akad titipan (*wadi'ah*) di mana nasabah menitipkan dananya kepada bank untuk dijaga dan dikelola sesuai prinsip syariah, tanpa imbal hasil yang bersifat mengikat sebagaimana bunga pada bank konvensional. Produk tabungan *wadi'ah* banyak diminati karena menawarkan keamanan dana, kepatuhan terhadap prinsip syariah, dan umumnya bebas biaya administrasi, sehingga potensial untuk menarik masyarakat yang mengutamakan aspek syariah dalam pengelolaan dana. Di sisi lain, nasabah perbankan syariah saat ini semakin kritis dan selektif dalam memilih produk tabungan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan transaksi, tetapi juga memberikan nilai

tambah dari sisi pelayanan dan kemudahan akses, sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai penelitian mengenai strategi pemasaran simpanan *wadi'ah*. Kondisi tersebut menuntut BPRS Fadhilah untuk memiliki strategi bersaing yang tepat dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan *wadi'ah*.⁴

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji strategi bersaing bank syariah dengan menggunakan pendekatan analisis *SWOT* maupun *Porter Five Forces*. Namun demikian, kajian yang secara spesifik membahas strategi bersaing BPRS dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan *wadi'ah* masih sangat terbatas, terutama dengan pendekatan kualitatif yang menggali kondisi internal dan eksternal lembaga secara mendalam. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang penting untuk dieksplorasi.

Penelitian mengenai strategi bersaing pada lembaga keuangan syariah memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap kondisi internal dan eksternal lembaga, termasuk kebijakan manajemen, persepsi nasabah, serta dinamika persaingan yang dihadapi. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dinilai relevan karena mampu menggali informasi secara mendalam dan komprehensif, yang tidak dapat sepenuhnya dijelaskan melalui data kuantitatif semata.

⁴Zarima, '*Strategi Promosi Produk Simpanan Wadi'ah Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Panam Raya*'(Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024).

Untuk menganalisis strategi bersaing tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan *Porter Five Forces* dan analisis *SWOT*. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan karena diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara empiris maupun praktis. Secara empiris, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai strategi bersaing lembaga keuangan mikro syariah dalam perspektif manajemen perbankan. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi BPRS Fadhilah dalam merumuskan strategi yang lebih efektif guna menghadapi persaingan dan memperkuat posisinya dalam industri perbankan syariah. Dengan strategi yang tepat, BPRS Fadhilah diharapkan dapat terus berperan sebagai motor penggerak ekonomi masyarakat Bengkulu serta berkontribusi terhadap pertumbuhan keuangan syariah nasional, khususnya melalui peningkatan kinerja penghimpunan dana pada produk tabungan *wadi'ah* di tingkat regional.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya membahas implementasi strategi bersaing BPRS Fadhilah Bengkulu dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan *wadi'ah*, sehingga tidak menyoroti produk perbankan syariah lainnya.

2. Analisis strategi dalam penelitian ini difokuskan menggunakan dua pendekatan utama, yaitu analisis SWOT dan analisis *Porter Five Forces*. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi bersaing melalui aspek kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Sementara itu, analisis *Porter Five Forces* digunakan untuk memahami dinamika persaingan industri perbankan syariah yang meliputi persaingan antar pesaing yang sudah ada, ancaman pendatang baru, kekuatan tawar nasabah, ancaman produk pengganti, serta kekuatan tawar menawar pemasok.
3. Objek penelitian dibatasi pada BPRS Fadhilah Bengkulu, sedangkan bank syariah lain tidak menjadi fokus kajian.
4. Data yang digunakan dalam penelitian diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen resmi yang berkaitan langsung dengan strategi pemasaran tabungan *wadi'ah* di BPRS Fadhilah.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi strategi bersaing BPRS Fadhilah Bengkulu dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan *wadi'ah* jika ditinjau dari analisis *Porter Five Forces*?

2. Bagaimana analisis SWOT dapat digunakan untuk melihat *Strengths, Weaknesses, Opportunities*, dan *Threats* dalam strategi bersaing tersebut?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui implementasi strategi bersaing BPRS Fadhillah Bengkulu dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan *wadi'ah*.
2. Untuk mengetahui SWOT dapat digunakan untuk melihat *Strengths, Weaknesses, Opportunities*, dan *Threats* dalam strategi bersaing tersebut.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Secara Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang manajemen strategi dan pemasaran pada lembaga keuangan mikro syariah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik terkait penerapan model *Porter Five Forces* dan Analisis SWOT dalam menganalisis strategi bersaing lembaga perbankan syariah, khususnya Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS), dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan.

2. Secara Praktis

a. Bagi BPRS Fadhilah Bengkulu:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak manajemen BPRS Fadhilah Kota Bengkulu dalam menilai efektivitas strategi bersaing yang telah diterapkan, khususnya dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan *wadi'ah*. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis sebagai dasar pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pemasaran dan pengembangan layanan yang lebih tepat serta sesuai dengan kebutuhan nasabah.

b. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Bisa Jadi Bahan Belajar: Penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran berupa studi kasus yang bermanfaat bagi BPRS lain yang menghadapi kendala dalam meningkatkan jumlah nasabah. Melalui pengalaman BPRS Fadhilah, lembaga lain dapat memperoleh pemahaman dan referensi strategis dalam upaya pengembangan basis nasabah.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Sindi Aga Riani dan Ismail yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran, dan faktor kendala dari pemasaran tabungan Easy *Wadi'ah* pada BSI KCP Pulau Punjung 1, Dharmasraya. Penelitian ini

merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini meunjukkan bahwa strategi pemasaran dan faktor kendala pada BSI KCP Pulau Punjung 1 terdapat pada strategi promosi terdiri dari beberapa elemen yaitu: periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat. Dimana elemen tersebut belum dijalankan dengan sempurna masih ada beberapa kekurangan seperti promosi dalam periklanan yang dimana kurang aktif dalam media sosialnya dan hubungan masyarakat yang belum luas. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya.⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah Laela Syarifah yang bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing dan penerapan SWOT di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan guna meningkatkan jumlah nasabah. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Cara ini dilakukan untuk mendapatkan data-data mengenai penelitian. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan diperkaya dengan data kepustakaan. Hasil penelitian menggunakan analisis SWOT pada faktor internal terdapat selisih 1,05 dan pada eksternal

⁵Sindi Aga Riani and Ismail, 'Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Easy Wadiah Pada Bsi Kcp Pulau Punjung', Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, 5.1 (2024), 37–54

terdapat selisih 0,35. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran pada BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan masuk pada tipe kuadran 1 (positif, positif) yang merupakan posisi yang sangat menguntungkan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang tinggi. Berdasarkan perspektif Islam didapat beberapa prinsip yang digunakan yaitu prinsip kejujuran, tabligh, amanah dan istiqomah. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Sam'udin dan Muhammad Iqbal Fasa yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan *Wadi'ah* mudah dalam meningkatkan kepuasan nasabah bank syariah melalui pendekatan *systematic literature review*. Penelitian ini menggunakan konsep penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis strategi pemasaran produk tabungan *Wadi'ah* mudah. Hasil penelitian *systematic literature review* menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan *easy Wadi'ah* Bank Syariah Indonesia melibatkan penerapan bauran pemasaran, baik 4P maupun 7P, di berbagai cabang. Kombinasi elemen-elemen ini, terutama produk dan harga, secara konsisten berkontribusi dalam

⁶Fadhilah Laela Syarifah, '*Pendekatan Swot Berdasarkan Perspektif Islam (Studi Pada Bprs Metro Madani Kc Jatimulyo*' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2024), 1–82.

peningkatan pembukaan tabungan easy *Wadi'ah* dan menjadi daya tarik utama bagi nasabah. Strategi pemasaran berbasis digital juga terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Faktor kualitas produk, harga, promosi, dan pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah, sementara beberapa penelitian menegaskan bahwa produk, harga, dan lokasi memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Nelly Himmatus Sa'diyah, Kharismatul Ulfiah, Hilda Nor Fani, dan Deny Yudiantoro. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebar kuesioner sebagai sumber data utama. Sampel pada penelitian ini adalah Mahasiswa S1 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung sejumlah 100 mahasiswa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, kualitas layanan, jaminan keamanan, dan promosi memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Perbedaan penelitian ini terletak pada

⁷Sam'udin and Muhammad Iqbal Fasa, 'Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia :Pendekatan Systematic Literature Review (SLR)' ,At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance, 3.2 (2024), 109–22.

subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, dan Anisah yang bertujuan untuk mengetahui apakah promosi, pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memperoleh data primer dari kuesioner dengan mengambil responden sebanyak 86 orang. Hasil penelitian uji-t menunjukkan bahwa variabel promosi dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan, sedangkan variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan. Adapun hasil penelitian uji-F menyatakan bahwa promosi, pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat menabung. Nilai koefisien determinasi dari promosi, pengetahuan dan kepercayaan sebesar 28,4% terhadap minat menabung masyarakat. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya.⁹

⁸Nelly Himmatu Sa'diyah and others, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)', Jurnal Pendidikan Tambusai, 8.3 (2024), 47228–37.

⁹Abdul Malik, Ahmad Syahrizal, and Anisah, 'The Effect of Promotion, Knowledge and Trust on Interest in Saving at Bank Syariah Indonesia KCP Singkut in Pelawan Jaya Village Community', Jurnal Margin, 1.1 (2021), 36122.

Penelitian yang dilakukan oleh Ade Lista Handayani yang bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan melalui analisis SWOT, menentukan posisi strategi perusahaan, serta merumuskan strategi yang paling tepat untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan di masa mendatang. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pihak internal perusahaan, observasi langsung terhadap kegiatan operasional, serta penyebaran kuesioner kepada responden terkait. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) untuk menganalisis peluang dan ancaman. Hasil analisis menunjukkan bahwa posisi strategi PT. BPR Pasarraya Kuta berada pada Kuadran I dalam matriks SWOT, yang berarti perusahaan berada dalam kondisi pertumbuhan (*growth*) dan strategi yang sesuai untuk diterapkan adalah strategi SO (*Strength-Opportunities*). Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya¹⁰

¹⁰Made Lista Handayani, '*Penyusunan Strategi Bersaing Dengan Analisis Swot Pada Pt. Bpr Pasarraya Kuta*' (Skripsi Politeknik Negeri Bali, 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Nopianti Pebrianta, Nila Nurochani, Ganjar Santika. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan dianalisis menggunakan SWOT. Hasil penelitian dari metodologi deskriptif analisis SWOT dapat diperoleh nilai matriks dari faktor internal 3,18 dan nilai matriks eksternal 3,00. Dari hasil penelitian ini BPRS HIK Parahyangan Ciamis berada di kuadran I (positif,positif), yang menunjukkan perusahaan berada pada posisi yang menguntungkan dan memiliki kekuatan serta peluang. Dan dapat menggunakan kekuatan dan peluang ini sepenuhnya dengan menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Leni Sri Handayani yang bertujuan untuk mengetahui implementasi analisis SWOT dalam strategi marketing di BPRS Lampung Timur. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPRS Lampung Timur memiliki beberapa kekuatan utama, antara lain: pilihan produk yang beragam, lokasi

¹¹Nopianti Pebrianta and others, 'Analisis SWOT Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) HIK', *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 2.1(2023),360–77.

strategis, kemampuan membantu pengusaha kecil di daerah, dan penerapan prinsip syariah dalam bisnis. Namun, terdapat kelemahan seperti strategi promosi yang kurang, belum adanya pelayanan digital, pengenalan produk yang belum optimal, serta keterbatasan tenaga ahli. Peluang yang dimiliki BPRS antara lain: menjadi satu-satunya perbankan yang berprinsip syariah, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perbankan, prinsip yang tidak membatasi nasabah berdasarkan agama, dan hubungan yang baik dengan nasabah. Sedangkan ancaman yang dihadapi meliputi strategi bisnis yang mudah ditiru, munculnya teknologi baru pada pesaing yang lebih unggul, dan pemahaman nasabah yang kurang terhadap prinsip syariah. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Khotijah yang bertujuan untuk mengetahui mekanisme strategi bersaing produk BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga ditinjau melalui Analisis SWOT dalam Perspektif Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (*qualitative research*) dengan model pendekatan studi kasus pada BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; Kesatu, faktor internal (*strength dan weakness*) serta faktor

¹²Leni Sri Handayani, 'Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Marketing Syariah Bprs Lampung Timur' (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro, 2025.

eksternal (*opportunities dan threats*) dengan pendekatan IFAS dan EFAS, dapat disimpulkan bahwa BPRS Buana Mitra Perwira memiliki posisi strategis yang cukup kuat untuk bersaing di industri perbankan syariah. Kedua, implementasi SWOT dalam perspektif islam pada BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam meningkatkan kemampuan bersaing dan memenuhi kebutuhan masyarakat muslim dengan membuat produk layanan yang variatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Ratna Anggraini dan Fitri Nur Latifah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hambatan dalam menarik minat masyarakat terhadap produk tabungan Easy *Wadi'ah* serta merumuskan strategi pemasaran syariah yang tepat dengan pendekatan analisis SWOT. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, serta studi pustaka. Data primer diperoleh dari wawancara dengan BOSM, supervisor, dan nasabah, sementara data sekunder bersumber dari buku, jurnal, dan dokumen pendukung. Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan

¹³Dewi Khotijah, '*Mekanisme Strategi Bersaing Produk Bank Syariah Ditinjau Melalui Analisis Swot Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Bprs Buana Mitra Perwira Purbalingga)*', (Skripsi Universitas Islam Negeri Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025),1-14

kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran tabungan Easy *Wadi'ah* dilakukan melalui segmentasi pasar berdasarkan faktor demografis, geografis, psikografis, dan perilaku, dengan target utama masyarakat umum khususnya kalangan menengah ke bawah seperti ibu rumah tangga, mahasiswa, dan pelajar. Positioning produk menekankan biaya administrasi yang ringan, kemudahan transaksi digital, serta layanan ramah. Bank Syariah Indonesia KC Sidoarjo Jenggolo juga menerapkan bauran pemasaran 7P yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan utama berupa biaya administrasi murah, transaksi gratis di ATM Mandiri dan EDC, serta kemudahan akses melalui mobile banking. Namun demikian, terdapat kelemahan seperti keterbatasan ATM, kewajiban pembukaan rekening melalui aplikasi, dan ketiadaan tim khusus pemasaran. Dari sisi peluang, produk ini relatif mudah diterima masyarakat, memiliki target konsumen yang ingin terhindar dari riba, dan dapat memperluas jangkauan melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan maupun perusahaan. Sementara ancamannya meliputi persaingan ketat antar bank, kesamaan produk dengan bank lain, dan masih rendahnya pemahaman masyarakat terkait akad syariah. Perbedaan penelitian ini

terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Aenia Latif Fathonah, Luthfi Ranawati Pratami, Unik Depisari, Yoiz Shofwa Shafrani yang bertujuan untuk menganalisis strategi keunggulan kompetitif Bank Syariah dengan menggunakan pendekatan *Porter's Five Forces*. Penelitian ini mencakup metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Penelitian data lapangan (*field research*) dan penelitian pustaka (*Library research*), yang didukung oleh wawancara atau observasi sebagai teknik utama pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya Ancaman Pendetang Baru BSI Karang Kobar menyadari adanya ancaman pendatang baru dan menghadapi tantangan internal, terutama dalam aspek pemasaran yang masih rendah. Kekuatan pelanggan ditunjukkan melalui pengaruh kepuasan terhadap produk dan perilaku karyawan terhadap loyalitas, khususnya pada produk andalan seperti KPR, cicil emas, dan pembiayaan mikro. Kekuatan pemasok menunjukkan adanya peluang besar bagi pemasok untuk menjalin kemitraan dengan lembaga keuangan syariah. Ancaman produk pengganti saat ini belum ditemukan secara langsung, namun transformasi digital ke platform

¹⁴Yulia Ratna Anggraini and Fitri Nur Latifah, 'Application of SWOT Analysis on Syariah Marketing Strategy of Easy Wadiah Savings Products at BSI KC Sidoarjo Jenggolo' [Penerapan Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Syariah Produk Tabungan Easy Wadiah Di BSI KC Sidoarjo Jenggolo], Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2022, 1–9

Byond By BSI menjadi perhatian. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya.¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Gita Leviana Putri, Mezan el-Khaeri Kesuma, dan Iskandar Syukur berjudul *“Porter’s Five Forces and SWOT Indonesia’s Sharia Banking System Development Strategy in Digital Era”*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dalam menghadapi tantangan serta peluang pada era digital dengan mengintegrasikan pendekatan *Porter’s Five Forces dan SWOT Analysis*. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur (*literature study-based analysis*), yaitu pengumpulan data sekunder yang bersumber dari artikel ilmiah, jurnal, buku, serta laporan terkait perbankan syariah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbankan syariah di Indonesia memiliki berbagai kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan, seperti inovasi produk, layanan digital, efektivitas operasional melalui digitalisasi, loyalitas nasabah, strategi pemasaran berbasis nilai Islam, serta penerapan praktik keuangan berkelanjutan. Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan yang perlu diatasi, seperti pengelolaan biaya pelatihan SDM yang belum efektif, ancaman produk substitusi (produk keuangan

¹⁵Aenia Latif Fathonah and others, ‘Analisis Kompetitif Bank Syariah Karang Kobar Melalui Pendekatan Porter ’ s Five Forces’, 4.1 (2025).

konvensional dan *fintech*), serta regulasi yang ketat. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaanya terletak pada objek penelitiannya.¹⁶

G. Metode Penelitian

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau kepada responden dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang fokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial atau perilaku manusia melalui pengumpulan dan analisis data non-numerik.¹⁷

Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menguraikan secara sistematis serta faktual mengenai strategi bersaing yang dijalankan oleh BPRS Fadhilah, termasuk faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhinya. Analisis dilakukan melalui penerapan model *Porter Five Forces* dan SWOT, sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai posisi kompetitif BPRS Fadhilah dalam industri perbankan syariah, khususnya dalam upaya peningkatan penghimpunan dana melalui produk tabungan *wadi'ah*.

¹⁶Gita Leviana Putri, Mezan Kesuma, and Iskandar Syukur, '*Porter's Five Forces and Swot Indonesia's Sharia Banking System Development Strategyin Digital Era*', 2025.

¹⁷Yama P. Sumbodo, *Metode Penelitian* (Medan: PT Media Penerbit Indonesia, 2024).

2. Waktu Dan Tempat Penelitian

a. Waktu

Waktu penelitian ini dari bulan September 2025 sampai bulan Maret 2026

b. Tempat Penelitian

Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) Fadhilah Bengkulu yang beralamat di Kota Bengkulu.

3. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian.¹⁸ Informan pada penelitian ini merupakan pegawai PT BPRS Fadhilah Kota Bengkulu Perseroda yang terlibat langsung dalam pengelolaan dan pemasaran produk tabungan wadi'ah. Dengan melibatkan pegawai yang memahami operasional serta strategi pemasaran produk, diharapkan data yang diperoleh dapat memberikan informasi yang akurat dan mendalam mengenai penerapan strategi bersaing PT BPRS Fadhilah Kota Bengkulu Perseroda dalam upaya meningkatkan jumlah tabungan nasabah wadi'ah. Adapun informan dalam penelitian ini terdiri dari Yemi Rahmadani selaku Account Officer Funding, Salsabilah selaku Personalia, Dewi

¹⁸ M. Arief Soendjoto, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kehutanan* (Banjarbaru: CV. Banyubening Cipta Sejahtera, 2022).

Ristiani selaku Customer Service, dan Nur Zuhrimaniati selaku Account Officer Funding PT

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara dengan pegawai BPRS Fadhilah yang terlibat dalam operasional dan pelayanan bank, seperti bagian personalia, customer service (CS), serta Account Officer Funding yang berkaitan dengan pelayanan dan penghimpunan dana pada produk tabungan wadi'ah. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen dan referensi yang relevan, antara lain laporan resmi BPRS Fadhilah, publikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literatur terkait strategi pemasaran dan perbankan syariah, serta artikel ilmiah dan berita yang mendukung analisis penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pimpinan, pegawai, dan nasabah BPRS Fadhilah. Tujuannya untuk memperoleh informasi secara langsung mengenai strategi yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan

wadi'ah serta bagaimana strategi tersebut dapat mempertahankan minat nasabah.

b. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas pelayanan dan pemasaran produk tabungan *wadi'ah* di BPRS Fadhilah. Hal ini dilakukan untuk memahami secara nyata praktik strategi pemasaran yang diterapkan.

c. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data sekunder berupa laporan resmi BPRS Fadhilah, brosur produk, catatan internal, serta publikasi lain yang relevan. Dokumentasi ini berfungsi untuk mendukung data primer yang diperoleh dari wawancara dan observasi.¹⁹

6. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis ini dilakukan dengan mengikuti tahapan menurut Miles dan Huberman,²⁰ yaitu:

a. Reduksi Data

Proses memilih, menyederhanakan, dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Data dari

¹⁹ Yama P. Sumbodo, *Metode Penelitian* (Medan: PT Media Penerbit Indonesia, 2024).

²⁰ Sapto Haryoko, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2020).

hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi diseleksi agar hanya informasi penting yang digunakan.

b. Penyajian Data

Data yang sudah direduksi kemudian disusun dalam bentuk narasi deskriptif agar lebih mudah dipahami dan dianalisis.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah melakukan interpretasi terhadap data yang sudah disajikan untuk menarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

Dengan teknik analisis ini, peneliti dapat menggambarkan secara mendalam bagaimana implementasi strategi bersaing BPRS Fadhillah dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan *wadi'ah* menggunakan pendekatan SWOT.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori Dan Kerangka Berpikir

Dalam bab kajian teori ini berisi tentang teori-teori yang

dibutuhkan dalam penelitian dan kerangka konseptual.

Bab III: Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran umum objek penelitian meliputi sejarah terbentuknya BPRS Fadhilah, Produk BPRS Fadhilah, Visi Misi BPRS Fadhilah, dan Struktur organisasi BPRS Fadhilah.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian berisi hasil dan pembahasan penelitian

BAB V: Penutup

Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.

