



**STRATEGI POSITIONING PADA BANK PERKREDITAN
RAKYAT FIANKA CABANG KUBANG DALAM
MENINGKATKAN TARGET FUNDING
MENURUT EKONOMI SYARI'AH**

SKRIPSI



OLEH :

TAUFIQ HIDAYAT

NIM. 11325103750

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU - PEKANBARU

1441 H/2020 M

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**STRATEGI POSITIONING PADA BANK PERKREDITAN
RAKYAT FIANKA CABANG KUBANG DALAM
MENINGKATKAN TARGET FUNDING
MENURUT EKONOMI SYARI'AH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E)*



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

TAUFIQ HIDAYAT

NIM. 11325103750

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU - PEKANBARU
1441 H/2020 M**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul: **STRATEGI POSITIONING PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT FIANKA CABANG KUBANG DALAM MENINGKATKAN TARGET FUNDING MENURUT EKONOMI SYARIAH**

Yang ditulis oleh:

Nama : **TAUFIQ HIDAYAT**

NIM : 11325103750

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 31 Januari 2020

Pembimbing Skripsi



Dermawan Tia Indrajaya, M.Ag
NIP.19720901200501 1005

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI POSITIONING PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT
FIANKA CABANG KUBANG DALAM MENINGKATKAN TARGET
FUNDING MENURUT EKONOMI SYARI'AH
Nama Panulis : **TAUFIK HIDAYAT**
NIM : 11325103750
Program Studi : EKONOMI SYARIAH
Telah dimunaqasyahkan pada :
Hari / Tanggal : Senin / 15 Juni 2020
Waktu : 13.00 Wib

Dan telah melakukan perbaikan sesuai dengan Catatan dari Tim Penguji Munaqasyah Fakultas
Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Pekanbaru, 2020
Tim Penguji



- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dr. H. Maghfirah, M.A
(Ketua sekaligus Anggota Penguji)
 2. Mutasir, S.HI., M.Sy
(Sekretaris sekaligus Anggota Penguji)
 3. Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag
(Anggota Penguji)
 4. Ahmad Hamdalah, M.E.Sy
(Anggota Penguji)

Mengetahui
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs.H. Hajar, M.Ag.
NIP. 19580712 198601 1 005

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Taufiq Hidayat
 NIM : 11325103750
 Tempat Tanggal Lahir : Pekanbaru, 26 Juli 1994
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Syariah dan Hukum
 Universitas : UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“STRATEGI POSITIONING PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT FIANKA CABANG KUBANG DALAM MENINGKATKAN TARGET FUNDING MENURUT EKONOMI SYARIAH”** adalah benar karya sendiri atau bukan plagiat hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau plagiat hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 15 Juni 2020

Yang membuat pernyataan

UIN SUSKA RIAU

Taufiq Hidayat
 NIM : 11325103750

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Taufiq Hidayat (2018) : “Strategi Positioning pada Bank Perkreditan Rakyat Fianka Cabang Kubang dalam Meningkatkan Target Funding Menurut Ekonomi Islam”

Latar belakang permasalahan penelitian ini adalah BPR Fianka Cabang Kubang merupakan lembaga keuangan yang menghimpun dana dengan menerapkan strategi positioning. Strategi tersebut dijalankan dengan mengoperasikan mobil pick up servis yang menyediakan layanan seperti buka tabungan, jemput setor tabungan, tarik tabungan, setor pinjaman. Akan tetapi strategi yang diterapkan masih kurang efektif dan sehingga tidak tercapainya target sesuai keinginan BPR Fianka Cabang Kubang dikarenakan kurangnya respon dan pengetahuan nasabah terhadap strategi yang dijalankan oleh pihak bank.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi positioning pada BPR Fianka Cabang Kubang dalam meningkatkan target funding serta bagaimana tinjauan ekonomi Islamnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi positioning pada BPR Fianka Cabang Kubang dalam meningkatkan target funding serta mengetahui tinjauan ekonomi Islamnya. Adapun penelitian ini dilakukan di kantor BPR Fianka Cabang Kubang yang beralamatkan di Jl. Kubang Raya No. 134, Kota Pekanbaru, Riau

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu setelah terkumpul semua data maka penulis akan menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga lebih mudah dipahami. Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan seluruh anggota karyawan yang berjumlah 11 orang, sedangkan sampel menggunakan metode *total sampling*. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan studi pustaka.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa strategi positioning yang diterapkan BPR Fianka Cabang Kubang sudah berjalan dengan baik, namun masih ada beberapa pelayanan yang perlu ditingkatkan sehingga semua kalangan masyarakat dapat merasakan manfaatnya. Tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi positioning dalam meningkatkan target funding tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam, dikarenakan BPR Fianka Cabang Kubang selalu menjunjung tinggi 4 dimensi dalam memberikan kualitas pelayanan terhadap nasabah, yaitu Realibility (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan/kepastian), dan Emphaty (empati).

Kata Kunci : *Strategi Positioning, meningkatkan Target Funding*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Mengucapkan alhamdulillah sebagai syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Positioning Pada Bank Perkreditan Rakyat Fianka Cabang Kubang Dalam Meningkatkan Target Funding Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”** dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini adalah salah satu persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syari’ah (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, Penulistelah menerima masukan, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda Indra dan Ibunda Ermawati yang telah banyak memberikan dukungan secara moril, materil, semangat dan do’a mereka yang tulus demi penyelesaian skripsi ini.
Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
Bapak Dr. H. Hajar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, dan Wakil Dekan III.
Bapak Syahpawi, S.Ag, M.sh, selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Bapak Syamsurizal, SE. ,M.Sc. AK. CA yang telah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.

Bapak Dermawan Tia Idrajaya, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi.

Bapak Budi Azwar, S.E, M.S.Ec sebagai Dosen Pembimbing Akademis yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan yang telah memotivasi selama penulis kuliah.

Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan/Karyawati Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

8. Bapak/Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terima kasih atas pinjaman buku sebagai referensi bagi penulis.

9. Seluruh Staf Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum.

10. Afrizal Mushavi Rafsanjani, selaku pimpinan cabang PKPU HI Pekanbaru yang telah membantu untuk mendapatkan data yang dibutuhkan penulis.

Seluruh staf karyawan PKPU HI cabang Pekanbaru

Teman-teman seperjuanganku di Lokal 11 Jurusan Ekonomi Syari'ah angkatan 2013 yang telah memberikan semangat, khususnya Tri Yoga Kusuma, Wahyu Septio Aji, Sulaiman, Surya Amer Gumelar, Suhardianto, Syukri Ilham, dan yang lainnya terima kasih atas persahabatannya.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harapan dari penulis adalah semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Kritik dan saran yang bersifat konstruktif atas segala kekurangan dalam skripsi ini sangat penulis harapkan.

Pekanbaru, 31 Februari 2020

Penulis

TAUFIQ HIDAYAT
NIM : 11325103750



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Batasan Masalah 10

C. Rumusan Masalah 10

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... 10

E. Metode Penelitian 11

F. Rencana Out Line 15

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya BPR Fianka Cabang Kubang..... 18

B. Visi dan Misi 19

C. Budaya Kerja BPR Fianka Cabang Kubang..... 19

D. Produk-produk BPR Fianka Cabang Kubang..... 20

E. Struktur Organisasi..... 24

BAB III LANDASAN TEORI

A. Strategi..... 30

1. Pengertian Strategi..... 30

2. Konsep Strategi 32

3. Indikator Strategi 37

4. Macam-macam Strategi..... 37

5. Tujuan Strategi 39

6. Fungsi Strategi..... 41

B. Positioning 43

1. Pengertian Positioning..... 43

2. Ciri-ciri Positioning 44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Penentuan Posisi.....	45
C. Target.....	48
D. Funding.....	51
1. Pengertian Funding.....	51
2. Manfaat Penghimpunan Dana	51
3. Maksud dan Tujuan Dalam Penghimpun Dana.....	52

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Strategi Positioning Pada BPR Fianka Cabang Kubang	54
B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Positioning Pada BPR Fianka Cabang Kubang.....	62

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	71

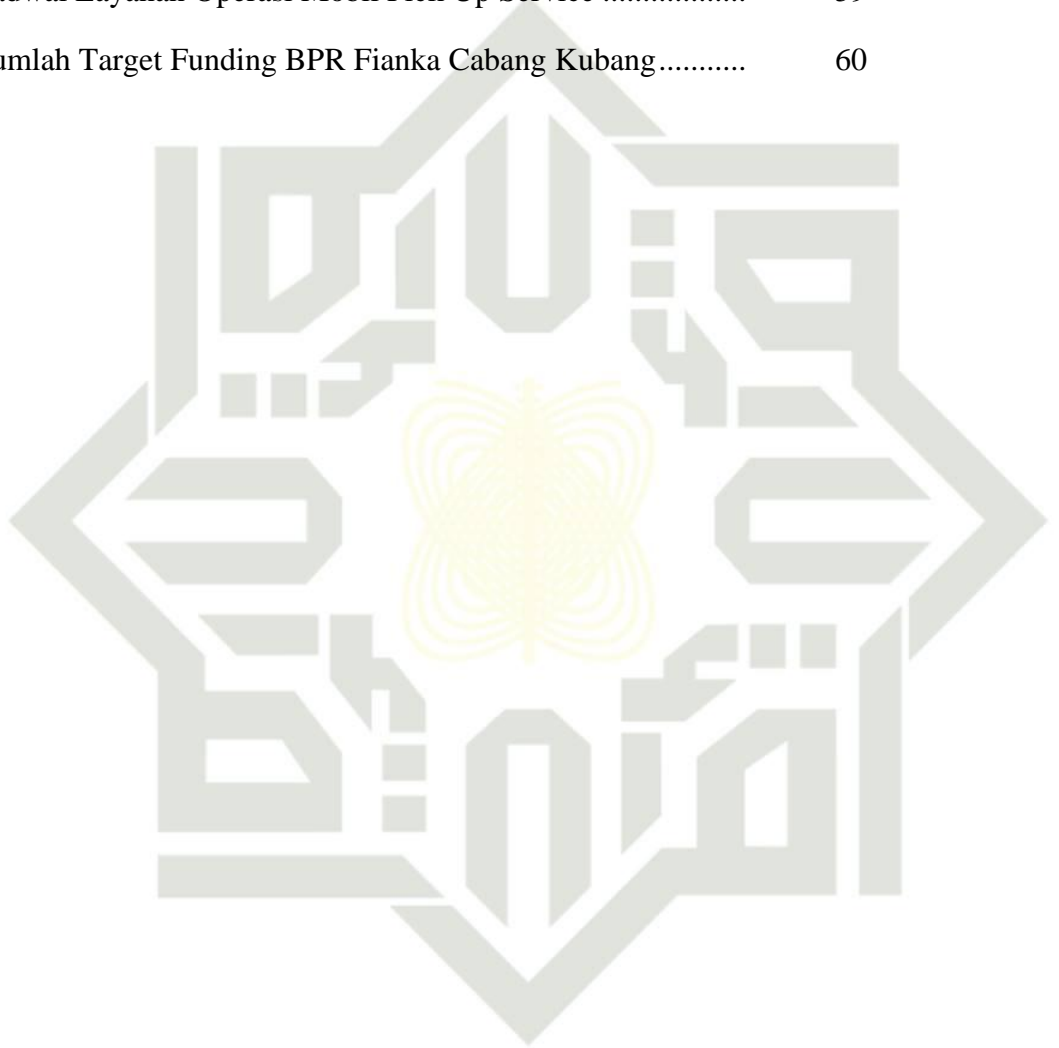
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Target Funding BPR Fianka Cabang Kubang.....	9
Tabel II.1	Struktur Organisasi BPR Fianka Cabang Kubang	29
Tabel IV.1	Jadwal Layanan Operasi Mobil Pick Up Service	59
Tabel IV.2	Jumlah Target Funding BPR Fianka Cabang Kubang.....	60



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Dimana perbankan berfungsi sebagai salah satu badan penghimpun dana dari masyarakat yang akan digunakan untuk pembangunan Negara. Di era perekonomian yang bersaing, sudah seharusnya perbankan menjadi instansi yang sangat dibutuhkan dalam memback up kegiatan perekonomian. Perbankan menjadi instansi keuangan yang sangat dipercaya masyarakat sebagai intermediasi dalam melakukan kegiatan ekonomi.

Berdasarkan undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7/1992 tentang perbankan, lembaga keuangan bank terdiri dari Bank Umum dan BPR dapat memilih untuk melaksanakan kegiatan usahanya atas dasar prinsip bank konvensional atau bank berdasarkan prinsip syariah.¹

Menurut G.M. Verryn Stuart menyatakan bahwa bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri atau uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat penukar baru berupa uang giral.² Bank juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya

¹ Sumar'in, *konsep kelembagaan bank syariah*, (yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h, 36

² Lukman Denda Wijawa, *Manajemen Perbankan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), h, 14

kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.³

Untuk memperkenalkan maupun mengembangkan, tentunya bank membutuhkan strategi yang baik guna mengajak calon nasabah maupun menambah nasabah agar mau menabung maupun menyimpan uangnya pada bank. Hal ini bertujuan untuk menjalankan visi dan misi dari bank itu sendiri sebagai lembaga instansi, dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

Sebagaimana Rasulullah menjelaskan dalam hadisnya:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ ر. عَزَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ نَفَسَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ .
(رواه مسلم)

Artinya: “Dari Abi Huraiara R.A Rasulullah SAW bersabda, “Barang siapa yang menghilangkan kesulitan dunia sesama mukmin maka Allah akan menghilangkan kesulitannya di akhirat, barang siapa yang menutup aib seorang muslim maka Allah akan menutupi aibnya di dunia dan akhirat, Allah akan menolong hambanya selama ia menolong saudaranya.” [HR. Muslim].⁴

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h, 8

⁴ Hussein Bahreisy, *Himpunan Hadits Pilihan Hadits Shahih Bukhari*, (Surabaya: Al Iqbal, 1992), h, 150

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dan dalam hadis lainnya Rasulullah juga menjelaskan:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: رَحِمَ اللَّهُ عَبْدًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ، سَمَحًا إِذَا اشْتَرَى، سَمَحًا إِذَا اقْتَضَى. (البخارى وابن ماجه و اللفظ له)

Artinya: “Dari Jabir bin ‘Abdullah RA bahwasanya Rasulullah SAW bersabda, “Allah menyayangi kepada hamba yang mudah apabila menjual, mudah apabila membeli, dan mudah apabila menagih hutang”. [HR. Bukhari dan Ibnu Majah dan lafadh itu baginya].⁵

Menurut Stephanie yang menyatakan bahwa strategi adalah proses penentuan rencana para pimpinan yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut dapat dicapai.

Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad yang menyatakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.⁶

Pada saat ini semakin pesatnya arus teknologi dan informasi telah mempengaruhi banyak hal, seperti kebutuhan biaya hidup dan keinginan yang semakin meningkat dan beragam. Kondisi ini membuat produsen memiliki

⁵ Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2012), h, 180

⁶ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010),

peluang bisnis, dimana mereka saling berlomba untuk memasarkan suatu produk sejenis dengan keunggulan dan *merk* berbeda dari para pesaingnya. Sehingga alternatif suatu produk dengan jenis yang sama akan ditawarkan dan dipasarkan menjadi lebih beragam. Hal ini menyebabkan masyarakat menjadi semakin teliti dalam menerima dan menyeleksi informasi yang mereka terima. Selain dari itu juga akan membuat tantangan yang dihadapi pemasar menjadi lebih kompetitif dalam memasarkan produknya, terutama dalam menciptakan suatu *brand image* (citra *merk*) yang kompetitif berdasarkan persepsi konsumen.

Positioning membuka kunci strategis untuk mendobrak pasar. Bagaimanapun pasar adalah hakim yang paling berkuasa dalam penilaian kinerja organisasi. Padahal seperti yang kita ketahui bahwa dinamika pasar berlandaskan pada persepsi pelanggan. Konsekuensinya akan tergantung pada dinamika persepsi konsumen. Jika dalam strategi korporat ditekankan bagaimana membentuk dan menyampaikan keunggulan kompetitif, maka strategi dari *merk* menekankan bagaimana *positioning* keluaran organisasi (produk/jasa) agar bersemayam ditempat yang tepat dalam persepsi konsumen.

Positioning adalah suatu pernyataan mengenai bagaimana identitas produk atau perusahaan tertanam di benak konsumen.⁷ Menurut Philip Kotler pada hakikatnya, yang dimaksud dengan *positioning* adalah tindakan merancang produk dan baruan pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen. *Positioning* atau posisi produk adalah cara produk

⁷ Joseph P. Cannon et.al, *Pemasaran Dasar pendekatan Manajerial Global*, (Jakarta: Remba Empat, 2008), h, 44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditetapkan oleh konsumen berdasarkan atribut penting tempat dimana diduduki produk dalam hubungannya dengan produk pesaing.⁸

Selain dari pendapat diatas, menurut Fanggidae, 2006, *positioning* adalah suatu strategi dalam kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan perbedaan (*divverents*), keuntungan (*advantages*), manfaat (*benefit*) yang membuat konsumen selalu ingat dengan suatu produk. Dengan kata lain sebagai usaha menempatkan sesuatu dalam pikiran orang dengan terlebih dahulu memberikan informasi tentang segala sesuatu seperti fasilitas, program yang diberikan, sumber daya manusia yang dimiliki dengan cara penyuguhan kualitas pelayanan dan bagaimana mempresentasikannya.

Dalam membangun *positioning* dibenak konsumen perusahaan harus mengembangkan *unique selling proposition* (USP) yang merupakan *kompetitive advantage* (Kotler, 2003). Dimana produk atau jasa yang dihasilkan harus unik atau hanya dimiliki perusahaan dan dibutuhkan oleh konsumen. Sebuah produk atau merk harus mengkomunikasikan dirinya sebagai yang nomor satu pada manfaat yang dicari konsumen.⁹ Hal pertama yang harus kita lakukan adalah dengan mengidentifikasi posisi yang tepat dan menentukan apa saja yang bisa di unggulkan, seperti dalam hal penempatan produk harus mengembangkan semua unsur 4 P yang merupakan singkatan dari product, price, place, promotion.¹⁰

⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta Timur:Prenada Media, 2003), h, 76.

⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2012), h, 102.

¹⁰ Marius P. angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT raja Grafindo Persada, 2002), h, 25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan semakin berkembangnya kemajuan teknologi di era globalisasi seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing didunia bisnisnya. Salah satu bentuk usaha yang dapat dilakukan agar mampu bertahan adalah dengan menerapkan suatu penempatan (*positioning*) antara produk suatu perusahaan dengan perusahaan lain.

Tidak hanya perusahaan yang membutuhkan *positioning* tersebut, bank sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan untuk masyarakat juga dituntut untuk selalu menjadi yang terbaik dalam persaingan sesama bank. Untuk itu perlu diadakannya pelaksanaan strategi *positioning* pada bank itu sendiri untuk meningkatkan jumlah nasabah atau dana yang terhimpun. Semakin banyak jumlah nasabah yang menabung maka jumlah dana yang bisa disalurkan juga akan semakin besar. Semakin banyak jumlah penabung maka akan semakin banyak pula dana yang bisa disalurkan untuk kredit juga akan lebih banyak. Ini artinya, bank juga akan mendapatkan income dari pembayaran kredit setiap bulannya sehingga akan mendukung eksistensi bank.

Dalam dunia usaha diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu-kewaktu dan adanya ketertarikan dari yang satu ke yang lainnya. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat berdiri dan berkembang. Adapun cara untuk mencapai tujuan tersebut menggunakan strategi yang dapat merealisasikan visi dan misi perusahaan tersebut.

Dalam islam strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan harus memiliki nilai-nilai yang sesuai dengan prinsip syariah. Kerena dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

islam manusia tidak dituntut untuk mendapati keuntungan pribadi saja, melainkan keuntungan umat lainnya.¹¹

Adapun ayat Al-qur'an yang telah menjelaskan bahwa dalam dunia bisnis tidaklah boleh bertentangan dengan ajaran syariat islam, seperti dalam surat an-najm ayat 24-25:


 فَلِلَّهِ الْآخِرَةُ وَالْأُولَىٰ 
 أَمْ لِلْإِنسَانِ مَا تَمَنَّى

Artinya: “Atau apakah manusia akan mendapatkan segala yang dicita-citakannya. Tidak, maka milik Allah-lah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia”. (QS: An-Najm ayat 24-25).¹²

Dari ayat diatas dapat dikaitkan dengan kegiatan strategi *positioning*, dalam pelaksanaan suatu perencanaan dalam islam harus saling membangun pertumbuhan ekonomi dan keadilan sosial supaya terjadi kemaslahatan umat.

Untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan, bank akan melakukan aktivitas berupa penghimpunan dana (*funding*) dari masyarakat. Menurut Herman,¹³ dana bank berasal dari berbagai sumber antara lain: dana dari modal sendiri (ekuitas), dana dari pinjaman, dana dari masyarakat, dan dana dari pasar finansial. Sedangkan pendapat lain pengertian dari penghimpunan dana ialah kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito/surat berharga lainnya.¹⁴

¹¹ <http://www.sharjaheconomics.org/2009/marketing-syariah>, tanggal 8 November 2018

¹² Departemen agama RI, *Al Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung: CV diponegoro, 2010), h, 526

¹³ Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2012). h.43

¹⁴ Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2012),

Dalam pelaksanaannya ada beberapa kendala potensial dari keberadaan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) kurang menarik minat masyarakat, ini diakibatkan keterbatasan pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai apa dan bagaimana operasional BPR. Juga kurang sosialisasi ke masyarakat tentang keberadaan bank BPR, sosialisasi tidak sekedar memperkenalkan keberadaan BPR di suatu tempat, tetapi juga memperkenalkan mekanisme, produk BPR dan instrument-instrument keuangan BPR kepada masyarakat.¹⁵

Hasil wawancara dengan Kabag. *funding* BPR Fianka cabang kubang, mobil *pick up servis* ini beroperasi sejak tahun 2011. Mobil *pick up servis* menyediakan pelayanan seperti buka tabungan baru, jemput setor tabungan, tarik tabungan, setor pinjaman. Dengan adanya mobil *pick up servis* ini bisa meningkatkan target *funding* kedepannya.¹⁶

Adapun penelitian *positioning* ini terkait strategi *positioning* mobil *pick up service* pada BPR Fianka cabang Kubang yang terletak di jalan kubang raya kota Pekanbaru, Riau. Dari hasil wawancara dengan karyawan Bank mendapati bahwa pelaksanaan strategi yang diterapkan oleh BPR Fianka cabang Kubang untuk menarik minat calon nasabah dari mobil *pick up service* kurang mendapatkan respon dari nasabah. Padahal letak dari mobil *pick Up service* tersebut bisa dikatakan strategis. Operasional dari mobil *pick up service* tersebut biasanya terparkir untuk melayani calon nasabah dan nasabah lainnya yakni pasar terminal angka, pasar pagi arengka, pasar syariah pasir

¹⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hlm, 49

¹⁶ Amaliun Fani, (Kepala Bagian Funding), *Wawancar*, BPR Fianka cabang Kubang, 26 September 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

putih dan tempat keramaian lainnya. Namun strategi yang diterapkan pada mobil *pick up service* belum mendapatkan atau target funding yang ditetapkan.¹⁷

Adapun dana yang terhimpun dari mobil *pick up service* pada BPR Fianka cabang Kubang terhitung dari tahun 2014-2017 dapat di lihat di bawah ini :

Tabel 1.1
Jumlah Target Funding BPR Fianka Cabang Kubang

NO	Tahun	Target	Realisasi
1	2014	Rp.1.200.000.000	Rp.787.312.306
2	2015	Rp.1.600.000.000	Rp.1.317.041.285
3	2016	Rp.1.500.000.000	Rp.1.726.286.668
4	2017	Rp.2.000.000.000	Rp.1.868.679.314

Sumber : Data jumlah target funding BPR Fianka cabang Kubang.

Dari table di atas dapat di lihat bahwa hasil yang di peroleh dari penghimpunan dana atau perolehan *funding* mengalami peningkatan dari tahun-ketahun. Akan tetapi, jumlah tersebut tidak semuanya mencapai target yang telah ditentukan. Adapun pada tahun 2016 merupakan pendapatan *funding* yang tercapai, bahkan melebihi target yang di tentukan.

Pada lembaga keuangan seperti bank dana merupakan salah satu hal paling penting untuk menjalankan dan merealisasikan visi dan misi yang telah dibuat. Karena dengan adanya dana dapat menunjukkan bahwa pada lembaga keuangan sehat atau tidaknya lembaga tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah tertera diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dan menuangkannya dalam bentuk

¹⁷ Cindy Tiarani, (Teller Pick Up), *Wawancara*, 8 November 2018

skripsi dengan judul “**STRATEGI POSITIONING PADA BPR FIANKA CABANG KUBANG DALAM MENINGKATKAN TARGET FUNDING DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARI’AH**”

B. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang tertulis pada latar belakang, maka peneliti membatasi masalah hanya pada strategi *positioning* pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target *funding*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *positioning* pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target *funding*?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syari’ah terhadap strategi *positioning* pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target *funding*?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk menjelaskan strategi *positioning* pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target *funding*.
- b. Untuk menjelaskan bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap strategi *positioning* pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target *funding*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Manfaat penelitian

- a. Penelitian ini merupakan salah satu usaha untuk memperdalam dan memperluas ilmu pengetahuan penulis, khususnya dalam dunia perbankan.
- b. Bagi pembaca, sekiranya dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam hal pelayanan didunia perbankan.
- c. Bagi program studi Ekonomi Syariah, Sebagai karya tulis untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi pada program Srata Satu (S1) atau sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- d. Bagi dunia pustaka, hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu tambahan koleksi dalam ruang lingkup karya ilmiah

E. Metode Penelitian**1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di BPR Fianka cabang Kubang yang beralamat di Jl. Kubang raya No.134. Penulis memilih lokasi ini karena penulis tertarik ingin mengetahui bagaimana strategi *positioning* pada Bank BPR Fianka dalam meningkatkan target *funding*.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Ada pun yang menjadi subjek penelitian ini adalah pimpinan dan seluruh karyawan BPR Fianka bagian *funding*, sedangkan yang menjadi objek dari penelitian ini adalah strategi *positioning* pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target *funding*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi adalah pengambilan subyek penelitian meliputi keseluruhan populasi yang ada.¹⁸ Adapun yang menjadi populasi adalah pimpinan cabang dan seluruh karyawan BPR Fianka yang berjumlah 11 orang.
- b. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.¹⁹ Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *total sampling* dimana seluruh populasi dijadikan sampel.

4. Sumber Data

a. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.²⁰

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah BPR Fianka cabang Kubang.

b. Jenis Data

- 1) Data Primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan atau hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.²¹
- 2) Data Sekunder menurut Muhammad, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh

¹⁸ Muhammad Idrus, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: Erlangga), h, 93

¹⁹ M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian & Aplikasi*, (Jakarta:Ghalia Indonesia, 2002), h.

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h, 12

²¹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h, 41

pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.²² Data semacam ini sudah dikumpulkan oleh pihak lain dengan tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik. Sedangkan menurut Etta Mamang Sangadji data sekunder merupakan data yang tidak berhubungan langsung dengan karyawan dan merupakan data pendukung bagi penelitian yang berupa data yang diambil dari buku dan dokumen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.²³

5. Metode pengumpulan data

Ada beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk menunjang penelitian ini, yaitu:

a. Observasi

Observasi dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat.²⁴ sedangkan pengertian Observasi itu sendiri, yaitu proses penggalian data yang dilakukan secara langsung oleh peneliti sendiri dengan cara melakukan mengamati mendetail.²⁵

²² Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h, 102

²³ Etta Mamang Sangadji, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2010), Edisi 1, h, 190

²⁴ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h, 104

²⁵ Haris Herdian Syah, *Wawancara Observasi dan Focus Group Sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitatif*, (Jakarta, Rajawali Grafindo Persada, 2013), h, 131

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Wawancara

Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menggali dan menemukan informasi secara langsung untuk memperoleh keterangan atau penjelasan yang diperlukan sekaligus memperjelas data yang ada dengan mengemukakan sejumlah pertanyaan kepada responden.²⁶

Adapun pilihan jawaban di sesuaikan dengan pertanyaan yang diberikan. hal ini dilakukan agar data yang diperoleh lebih valid kebenarannya dan terarah.

c. Dokumentasi

Metode ini berupa data yang tersimpan dalam bentuk dokumentasi berupa catatan harian, surat, laporan, foto.²⁷ Adapun data yang diperoleh berkaitan dengan strategi *positioning* pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target *funding*.

d. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan sebuah proses mencari, membaca, memahami, dan menganalisa berbagai literature hasil kajian (hasil penelitian) atau studi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.²⁸ Untuk studi kepustakaan ini peneliti menggunakan teori-teori dari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian penulis.

²⁶ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), h. 23-24.

²⁷ Juliansyah noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), h, 141

²⁸ Nanang Hartono, *Metode penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h, 46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Metode Analisis Data

Penelitian ini dikategorikan kepada jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu setelah semua data berhasil terkumpul, maka penulis akan menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga lebih mudah untuk dipahami.

7. Metode Penulisan

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Deskriptif, yaitu menggambarkan secara tetap masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh, kemudian dianalisa sesuai dengan masalah tersebut.
- b. Induktif, yaitu mengumpulkan data-data yang bersifat khusus kemudian menyimpulkan secara umum
- c. Deduktif, yaitu menggambarkan dengan apa adanya dari fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan penelitian.²⁹ Kemudian dianalisa dari data yang ada untuk dijadikan kesimpulan sebagai kesimpulan hukum.

Rencana Out Line

Untuk lebih jelas gambaran mengenai masalah yang diteliti serta memudahkan dalam memahami tulisan, maka dibagi kedalam lima (5) bab terdiri dari beberapa pasal yang merupakan suatu kesatuan yang tidak bias dipisahkan yaitu:

²⁹ Sutanto leo, *Kiat Jitu Menulis Sekripsi, Tesis dan Diserentasi*, (Jakarta : Erlangga, 2013), h. 98

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I : Pendahuluan

- A. Latar belakang masalah
- B. Rumusan masalah
- C. Batasan masalah
- D. Tujuan dan manfaat penelitian
- E. Metode penelitian
- F. Sistematika Pembahasan

BAB II : Gambaran Umum BPR Fianka Cabang Kubang

- A. Sejarah berdirinya BPR Fianka cabang Kubang
- B. Visi dan misi BPR Fianka cabang Kubang
- C. Budaya Kerja BPR Fianka cabang Kubang
- D. Produk-Produk BPR Fianka cabang Kubang
- E. Struktur Organisasi BPR Fianka cabang Kubang

BAB III : Landasan Teoretis

- A. Pengertian strategi *positioning*
- B. Strategi *positioning* dalam perbankan
- C. Strategi *positioning* dalam syariah
- D. Tujuan dan manfaat dari strategi *positioning*

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

- A. Strategi *positioning* pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target *Funding*
- B. Tinjauan ekonomi syariah terhadap Strategi *positioning* pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target *Funding*

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah BPR Fianka Cabang Kubang

BPR Fianka cabang Kubang beralamatkan di Jl. Raya Kubang No. 134 yang mana dalam pendiriannya berbadan usaha dalam bentuk perseroan terbatas (PT), yang bergerak dibidang jasa perbankan dengan menjalankan fungsi bank sebagai lembaga intermediasi.

Didalam menjalankan operasional Bank, sehubungan dengan fungsi Bank adalah sebagai lembaga intermediasi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat seiring mewujudkan tujuan Pemerintah menumbuhkan perekonomian khususnya perekonomian masyarakat kecil dan menengah, maka sebagai Pemegang Saham (Pemilik), Dewan Komisaris, dan Dewan Direksi serta seluruh karyawan menjunjung komitmen yang tinggi dan lebih mengedepankan prinsip kehati-hatian (prudential) dan orientasi terhadap kebutuhan dan pelayanan nasabah.

Prinsip kehati-hatian (prudential) tidak terlepas dari aturan yang berlaku di Lembaga Perbankan yang sudah diatur oleh Peraturan Bank Indonesia (PBI) , selain dari itu kewajiban setiap Bank Perkreditan Rakyat (BPR) ikut serta sebagai anggota lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yang bertujuan untuk melindungi keamanan dana nasabah dalam aturan yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia maupun LPS.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Visi dan Misi

Melatar belakangi konsep Bank adalah lembaga kepercayaan masyarakat, dan sebagai Bank yang hadir dengan pencapaian kinerja yang optimal dan tepat serta berdaya guna dan bermanfaat bagi seluruh pengguna jasa perbankan, BPR Fianka cabang Kubang mengutamakan full integrity dari jajaran paling atas sampai bawah didalam struktur organisasi perusahaan.

Konsep inilah yang menjadi penentuan Visi BPR Fianka cabang Kubang dengan tujuan bahwa setiap Sumber Daya Manusia terkait didalam organisasi bertanggung jawab dan dapat dipercaya oleh masyarakat dan nasabah.

Visi

1. Menjadi lembaga keuangan yang tangguh, profesional, amanah, dan menguntungkan bagi usaha kecil dan menengah

Misi

1. Sebagai penggerak kegiatan ekonomi masyarakat
2. Memperhatikan faktor kepercayaan dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah secara berkesimbangan
3. Melakukan Pembinaan dan Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat

Budaya Kerja Bank Perkreditan Rakyat Fianka cabang Kubang

Budaya kerja merupakan suatu tatanan yang berlaku secara resmi dalam Perusahaan yang dicerminkan oleh prilaku dan sikap setiap Sumber Daya Manusia yang ada dalam Perusahaan.

Prinsip penerapan Budaya Kerja mengutamakan nilai - nilai (value) positif dan kondusif yang tercermin didalam diri setiap personil yang bekerja di perusahaan.

Budaya kerja yang positif dan kondusif memberikan kontribusi yang besar terhadap keberhasilan dan optimalisasi kinerja perusahaan.

BPR Fianka cabang Kubang memiliki budaya kinerja kepada setiap Sumber Daya Manusia dengan perilaku sama nilainya.

1. Integritas.
2. Cerminan perilaku dalam bentuk Niat tulus, Ikhlas, Berfikir Jernih, Bicara Jujur, Prioritas Kepentingan Perusahaan Orientasi Nasabah.
3. Cerminan perilaku dalam bentuk Cepat Tanggap, Akurat, Objective, Disiplin, Konsisten, dan Bertanggung Jawab, pelayanan yang aman, Praktis, transparan dan komunikatif Perbaikan Tiada Henti.
4. Cerminan perilaku senantiasa Melakukan penyempurnaan , Kreatif dan Inovatif Profesionalisme

Produk-Produk Bank Perkreditan Rakyat Fianka Cabang Kubang

Produk-produk Bank Perkreditan Rakyat Fianka Cabang Kubang antara lain sebagai berikut :

1. Produk Funding
 - a. Tabungan Siaga Umroh

Tabungan ini adalah Tabungan Khusus direncanakan untuk nasabah yang berkeinginan untuk melakukan Ibadah Umroh.

- 1) Persyaratan Mudah dan Tabungan Aman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Setoran Awal Rp.250.000,-
- 3) Setoran berikutnya flexible
- 4) Mendapatkan Jasa Tabungan dari saldo rata-rata tabungan pada akhir bulan
- 5) Bebas biaya administrasi
- 6) Jangka Waktu menabung minimal 1 tahun, maksimal 3 tahun
- 7) Hadiah Langsung Tabungan Umroh berupa 1 buah Al-Qur'an (selama persediaan masih ada)
- 8) Pickup Service, nasabah tidak perlu antar storan ke kantor BPR Fianka cabang Kubang. Cukup hubungi kami, petugas kami akan datang melayani anda.
- 9) Bagi nasabah yang rutin melakukan penyetoran tabungan umroh setiap bulan Rp. 1.000.000,- maka saat pemberangkatan umroh, kami akan memberikan uang saku sebesar Rp.1.000.000,- sebagai wujud peduli kami
- 10) Dengan melakukan pembukaan tabungan umroh di hari Jumat, maka anda akan mendapatkan gratis Rp.50.000 di saldo tabungan anda

b. Tabungan Fianka Siaga

Tabungan ini adalah tabungan untuk perorang dibawah 17 tahun agar mereka belajar menabung dari usia dini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Pickup Service, nasabah tidak perlu antar setoran ke kantor BPR Fianka cabnag Kubang. Cukup hubungi kami, petugas kami akan datang melayani anda.
 - 2) Gratis biaya administrasi.
 - 3) Dapat melakukan transaksi penarikan per hari sampai dengan Rp. 1.000.000 di count teller, sehingga pengeluaran anak dapat diatur.
 - 4) Anak memiliki tabungan sendiri.
 - 5) Minimum setoran selanjutnya Rp. 5000.
- c. Tabungan Siaga Fatma Amal
- Tabungan ini adalah tabungan yang memungkinkan anda beramal dengan bersedekah yang didebet otomatis dari rekening anda. Selanjutnya diserahkan kepada panti asuhan, anak yatim, rumah tahfidz, dll.
- d. Tabungan Siaga Juara
- Tabungan ini adalah tabungan untuk pelajar, bagi yang mendapat rangking 1,2,dan 3 akan mendapat bingkisan dari bank.
- e. Tabungan Siaga Qurban
- Tabungan ini adalah tabungan berencana yang membantu nasabah mewujudkan impian untuk ikut sebagai peserta qurban.
- 1) Proses mudah dan cepat
 - 2) Fasilitas antar jemput
 - 3) Aman dijamin pemerintah
 - 4) Gratis biaya penyetoran otomatis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Setoran awal pembukaan rekening minimal Rp. 25.000
- 6) Setoran minimal Rp. 50.000
- f. Deposito Fianka Berjangka

Simpanan yang dapat ditarik dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati antara pihak bank dengan nasabah.

- 1) Bunga Tinggi, BPR Fianka cabang Kubang memberikan anda bunga yang sangat kompetitif dibandingkan Bank Lain.
- 2) Voucher Salon Terkemuka dan Tiket Pesawat Garuda akan kami berikan apabila anda menempatkan dana dalam bentuk deposito BPR Fianka Cabang Kubang
- 3) Bunga Deposito Terima di depan, Sebagai sarana BPR Fianka cabang Kubang untuk memanjakan para deposan
- 4) Jemput Setoran Deposito - Anda tidak perlu datang ke kantor Kami, biarkan kami yang datang ketempat anda
- 5) Bingkisan Cantik, akan kami kirimkan di hari ulang tahun anda sebagai wujud terimakasih BPR Fianka cabang Kubang

2. Produk Lending

a. Kredit Modal Usaha

Kredit yang diberikan kepada masyarakat umum untuk modal kerja dengan jaminan SHM.

- 1) 3 Hari kerja anda akan mendapatkan keputusan kredit
- 2) Gratis 1 X Angsuran Bunga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Pickup Service setoran angsuran dengan cuma cuma.
- b. Kredit Investasi

Kredit yang diberikan kepada masyarakat umum untuk investasi dengan jaminan SHM.

- 1) 3 Hari kerja anda akan mendapatkan keputusan kredit
- 2) Gratis 1 X Angsuran Bunga
- 3) Pickup Service setoran angsuran dengan cuma cuma.

- c. Kredit Konsumtif

Kredit yang diberikan kepada masyarakat umum untuk pembiayaan bersifat konsumtif dengan jaminan SHM.

- 1) 3 Hari kerja anda akan mendapatkan keputusan kredit
- 2) Gratis 1 X Angsuran Bunga
- 3) Pickup Service setoran angsuran dengan cuma cuma.

- d. Kredit Agunan Deposito

Kredit yang diberikan kepada masyarakat umum untuk modal kerja dengan jaminan deposito.

- 1) 3 Hari kerja anda akan mendapatkan keputusan kredit
- 2) Gratis 1 X Angsuran Bunga
- 3) Pickup Service setoran angsuran dengan cuma cuma.

Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan merupakan salah satu alat mencapai tujuan perusahaan secara *rasional* dan *efektif*. Struktur organisasi yang baik akan memudahkan koordinasi dan komunikasi secara control atas semua

aktivitas untuk mencapai semua tujuan. Pengorganisasian atau perencanaan dan pengembangan organisasi adalah meliputi pembagian kerja yang logis, penetapan garis tanggung jawab dan wewenang yang jelas, pengukuran pelaksanaan dan prestasi yang dicapai.³⁰

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Fianka cabang Kubang memiliki susunan struktur organisasi dengan tingkatan pembagian tugas sebagai berikut:

1. Pimpinan Cabang

Pimpinan Cabang adalah struktur tertinggi di kantor cabang yang bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasi perbankan di level kantor cabang dan membawahi keseluruhan manajer, baik bisnis maupun operasional, antara lain:

- a. Merencanakan, mengelola dan mengendalikan aktivitas kantor cabang sejalan dengan kebijaksanaan dan pedoman yang digariskan kantor pusat.
- b. Memaksimalkan tingkat pelayanan dan probabilitas dengan memastikan bahwa pegawai selalu memberikan pelayanan yang bermutu pada nasabah.
- c. Memelihara dan meningkatkan mutu pelayanan kerjasama dengan relasi dan nasabah.

³⁰ Ziinul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta : Pustaka Alvabeta, 2006), cet 4, h 104

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kepala Bagian
 - a. Memberikan pengarahan, pembinaan, dan pengawasan terhadap staf yang ada dibawahnya
 - b. Melaksanakan tugas dan bertanggungjawab atas laporan bulanan dan laporan berkala yang disampaikan kepada Direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku
 - c. Menjaga dan mengusahakan tercapainya laba yang telah ditargetka bank
 - d. Mengikuti pengembangan perbankan sehubungan dengan kegiatan pemasaran dan selalu memperhatikan situasi pasar serta melihat factor-faktor yang mungkin mempengaruhi perkembangannya

3. Marketing Lending

Fungsi Marketing Lending adalah Mencari nasabah (pihak ketiga) yang sedang membutuhkan dana untuk keperluan individu maupun kepentingan guna mengembangkan perusahaannya dalam bentuk pinjaman yang tentunya sesuai dengan syarat peminjaman.

Adapun tugas marketing lending adalah :

- a. Bertanggung jawab atas pencapaian target pembiayaan
- b. Mempunyai kemampuan menganalisis pembiayaan
- c. Memproses dan merealisasikan pembiayaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Marketing Funding

Adapun tugas marketing funding adalah :

- a. Untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya ke dalam bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri. Produk bank yang dimaksud dibagi menjadi tiga kategori, yaitu dalam bentuk simpanan tabungan, simpanan giro dan simpanan deposito.
- b. Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri.
- c. Menjemput setoran tabungan ke rumah nasabah.

5. Kepala Oprasional

- a. Memberikan pengarahan dan pembinaan karyawan yan dibawahnya (Teller, Pembukuan, CS, Administrasi dan Legal, Kepala Kantor Kas, Bag. Umum Personalia).
- b. Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan.
- c. Bertanggungjawab dalam pembuatan dan pengampaian laporan bulanan kepada direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- d. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan direksi.
- e. Bertanggung jawab kepada direksi.

6. Teller

- a. Sebagai pemeriksa seluruh transaksi harian teller dan semua tiket serta dokumen lainnya yang dibuat pada seksi kas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Melaksanakan *cash count* akhir har atau pada saat pergantian teller.
- c. Mengambil atau menyetorkan uang tunai pada *main vault*.
- d. Mencatat/ membuat daftar posisi kas setiap akhir hari.
- e. Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional.

7. Accounting

- a. Melakukan pengaturan administrasi keuangan perusahaan
- b. Menyusun dan membuat laporan keuangan perusahaan
- c. Menyusun dan membuat laporan perpajakan perusahaan

8. Customer Service

- a. Memberikan pelayanan dan penjelasan tentang produk dan informasi lainnya yang diperlukan.
- b. Meregistrasi data nasabah, menginput data master nasabah pada program/ system.
- c. Membuat laporan bulanan sesuai interuksi operasi
- d. Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian/ Direksi
- e. Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional/ Direksi

9. Security

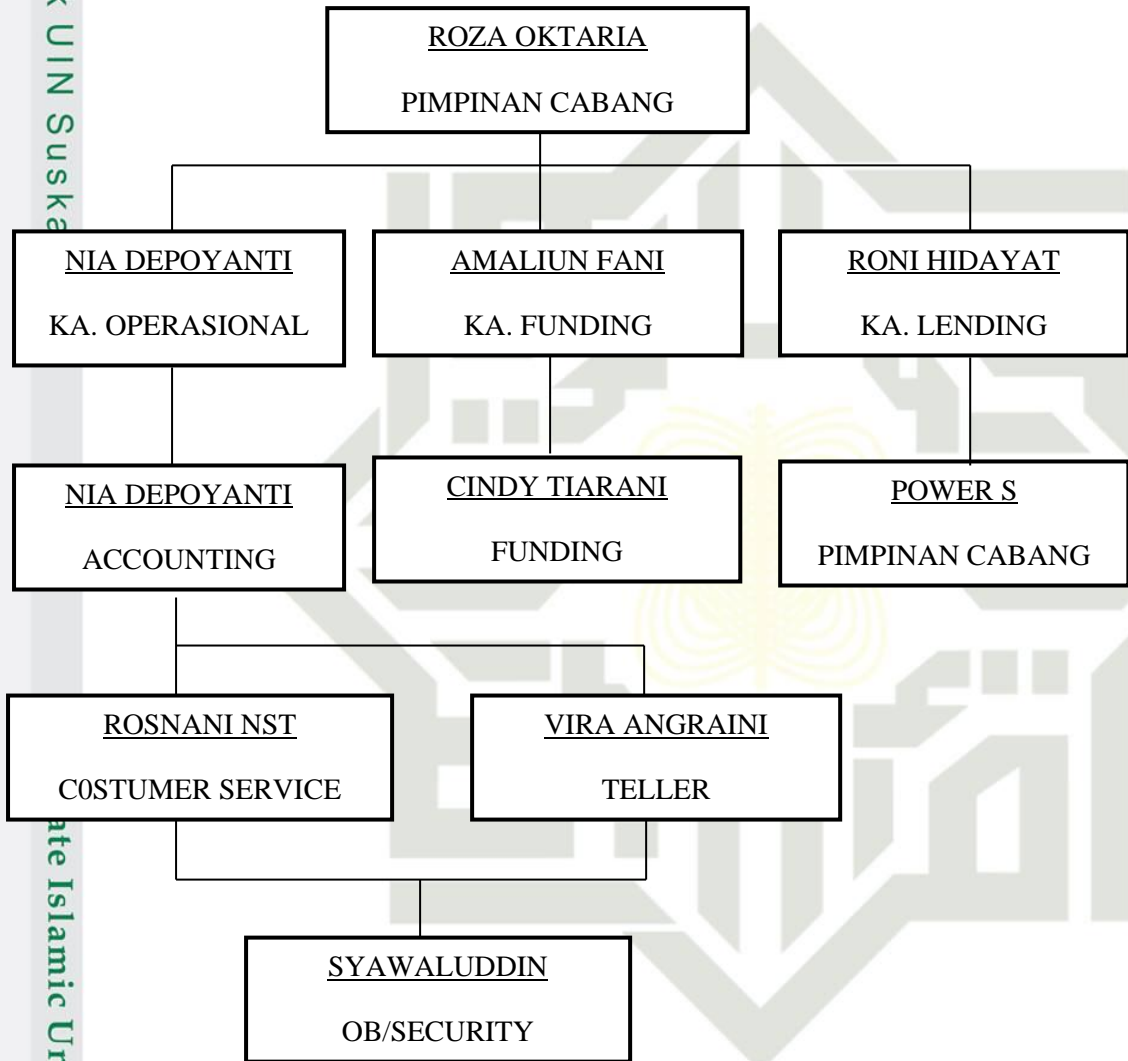
- a. Melaksanakan penjagaan gedung dan seisinya serta bertanggung jawab pada keamanan bank.
- b. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian.
- c. Bertanggung jawab kepada Ketua Bagian Umum dan Personalia.

10. Office Boy

- a. Menjaga kebersihan BPR Fianka cabang Kubang

- b. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian.
- c. Bertanggung jawab kepada Ketua Bagian Umum dan Personalia.³¹

Tabel II.1
Struktur Organisasi



³¹ Arsip dan Dokumen BPR Fianka Cabang Kubang 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III LANDASAN TEORI

A Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.³² Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, social, budaya, dan agama.³³

Strategi menurut Etimologi adalah cara atau keahlian dalam mengatur atau merencanakan, sedangkan menurut terminologi adalah merupakan ilmu merencanakan, mencapai dan mengarahkan sesuatu.³⁴ Dan dalam kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa istilah strategi adalah suatu ilmu untuk menggunakan sumberdaya-sumberdaya untuk melaksanakan kebijakan tertentu.³⁵

Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa

³² Arif Yusuf Hamali, S.S., M.M, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta: Pustaka Kharisma Putra Utama, 2016), h, 16

³³ Rafi’udin dan Manna Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung : Pustaka Setia, 1997), h, 76

³⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer Petersalim, (Jakarta: Modern English Pers, 2002), h, 1463

³⁵ Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), h, 199.

tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.³⁶

Steohen Robbins mendefinisikan strategi sebagai penentu tujuan jangka panjang perusahaan atau lembaga dan menentukan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Dan berfikir strategis meliputi tindakan memperkirakan atau membangun tujuan untuk masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang akan membantu atau yang akan menghalangi tercapainya tujuan serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan.³⁷

Throat memutuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi lebih baik.³⁸

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (Planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan itu, strategi tidak berfungsi sebagai peta

³⁶ David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta : Selemba Empat, 2004), h. 14

³⁷ Morris, *Manajemen Public Relations, Strategi menjadi humas Profesional*, (Jakarta:Kencana, 2008), h, 152

³⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010), h.29.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.³⁹

2. Konsep Strategi

Strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pemikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan. Keberadaan strategi tidak lepas dari tujuan yang ingin dicapai, hal ini ditunjukkan oleh suatu jaringan membimbing tindakan yang akan dilakukan, dan pada saat yang sama, strategi akan mempengaruhi tindakan tersebut, ini berarti bahwa prasyarat yang diperlukan untuk merumuskan strategi adalah meningkatkan pemahaman tentang tujuan. Artinya, setelah kira-kira memahami hakikat dan makna suatu tujuan, maka kita menentukan strategi untuk mencapai tujuan. Tanpa tujuan maka tindakan yang dibuat semata-mata sekedar suatu taktik yang dapat meningkat cepat namun sebaliknya dapat merosot ke dalam suatu masalah lain.⁴⁰

Konsep strategi merupakan sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap pengusaha dalam segala macam bidang usaha. Pimpinan suatu organisasi setiap hari berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Kegiatannya meliputi pengamatan

³⁹ Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam, *Komunikasi dan Public Relation* (Bandung: CV. Prestaka Setia, 2012), h, 32

⁴⁰ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: 2011), h, 239.

secara hati-hati persaingan, peraturan, siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.⁴¹

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang. Konsep strategi menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

- a. Chandler mengemukakan strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.
- b. Learned, Christensen, Andrews, dan Guth mengemukakan strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.
- c. Argyris, Mintzberg, Steiner dan Minermengemukakan strategi merupakan respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.
- d. Porte, rmengemukakan strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

⁴¹ Winardi, *Entrepreneur Dan Enterpreneurship*, (Jakarta:Kencana. 2003), h, 106

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- e. Andrews, dan Chaffemengemukakan strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.
- f. Homel dan Prahaladmengemukakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang terjadi” bukan “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.⁴²

Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler, menyebutkan bahwa “strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

⁴² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2006) hal. 3-4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Distinctive Competence adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki “Distinctive Competence”. Distinctive competence menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi. Menurut Day dan Wenshey identifikasi distinctive competence dalam suatu organisasi meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya. Dua faktor tersebut menyebabkan perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing. Misalnya, menghasilkan produk yang kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing dengan cara memahami secara detail keinginan konsumen serta membuat program pemasaran yang lebih baik daripada program pesaing. Perusahaan dapat mengetahui secara tepat keinginan konsumen sehingga dapat menyusun strategi-strategi pemasaran yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. Competitive Advantage adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Menurut Porter ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keunggulan bersaing yaitu cost leadership, diferensiasi, dan fokus. Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dapat memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas produk yang sama. Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena dia memanfaatkan skala ekonomis, efisiensi produk, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya. Perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap brand image nilai tertentu pada konsumennya, misalnya persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan yang lebih unggul. Selain itu strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan.⁴³

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga (3) tipe strategi yaitu strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.⁴⁴ Proses pengembangan strategi dimulai dari pengembangan strategi korporat dengan fokus mempertahankan hidup (survival). Berdasarkan strategi korporat ini strategi unit bisnis dengan fokus pada Competitive Advantage, kepemimpinan, biaya diferensiasi mengenai produk, dan fokus pada biaya maupun diferensiasi, disusun. Yang terakhir adalah penyusunan strategioperasional dengan fokus pada prioritas

⁴³ *Ibid*, h, 5-6

⁴⁴ *Ibid*, h, 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



persaingan, biaya, kualitas, fleksibilitas dan pengiriman. Penerapan strategi operasional ini berupa pengembangan struktur dan infrastruktur. Selanjutnya, jika perusahaan menerapkan seluruh strategi operasional, ia akan memperoleh keluaran berupa produk maupun jasa yang sesuai dengan harapan konsumen.⁴⁵

3. Indikator Strategi

Dalam menjalankan perusahaan, tentu membutuhkan strategi yang bias dan cocok dijalankan oleh perusahaan agar visi dan misi yang telah disusun bias tercapai. Adapun indikator yang digunakan untuk mencapai target tersebut ialah:

- a. Konsistensi, ialah bekerja secara penuh dan tidak memiliki sifat menyerah
- b. Potensi diri, ialah dapat bekerja dengan baik dan tepat sasaran apabila memiliki karyawan yang kompeten
- c. Penyesuaian diri, ialah bias beradaptasi dan tanggap dalam menyelesaikan persoalan yang terjadi
- d. Penciptaan nilai, ialah menghasilkan nilai yang dapat mencapai target yang diinginkan

4. Macam-macam Strategi

Strategi suatu perusahaan bersifat dinamik dan ia muncul sedikit demi sedikit, sewaktu perusahaan yang bersangkutan berkembangan maka perlu direvisi, sewaktu pimpinan perusahaan yang bersangkutan melihat

⁴⁵ *Ibid*, h, 68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adanya peluang-peluang untuk melaksanakan perbaikan-perbaikan atau munculnya sesuatu kebutuhan untuk menyesuaikan pendekatan-pendekatan bisnis terhadap kondisi-kondisi yang berubah. Komponen strategi operasional dibuat untuk mendukung penerapan misi dan strategi perusahaan yaitu sebagai berikut:

a. Strategi kualitas

Perusahaan harus menentukan persepsi konsumen mengenai kualitas yang diharapkan. Ia juga harus merumuskan secara jelas kebijakan serta prosedur untuk mencapai kualitas seperti yang diharapkan oleh konsumen agar ia dapat bersaing untuk memperoleh keunggulan bersaing. Misalnya keunggulan bersaing dalam hal desain yang fleksibel, kualitas yang baik dan konsisten, kecepatan pelayanan, harga relatif rendah, dan variasi produk.

b. Strategi produk

Strategi mengenai produk sangat tergantung pada proses transformasi. Strategi ini meliputi biaya produksi, kualitas dan keputusan penggunaan sumber daya manusia, dan interaksi dengan desain produk.

c. Strategi proses

Proses produksi setiap produksi berbeda. Pengambilan keputusan terhadap proses menyangkut komitmen yang diambil oleh pihak manajemen. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan adalah teknologi yang digunakan, kualitas, pendayagunaan tenaga kerja

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



manusia dan peralatan. Semua biaya-biaya atau investasi yang akan ditanam sangat tergantung pada struktur biaya perusahaan.

d. Strategi fasilitas

Pengambilan keputusan mengenai fasilitas baik pada industri manufaktur maupun pada industri jasa sangat menentukan tingkat keberhasilan perusahaan. Strategi mengenai fasilitas akan gagal jika perusahaan tidak mengetahui semua peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan fasilitas yang ada. Perusahaan juga perlu mengetahui pengaruh potensi fasilitas yang akan mempengaruhi tingkat persaingan. Fasilitas industry pada umumnya membutuhkan biaya yang sangat besar sehingga hal itu perlu direncanakan secara teliti. Keputusan penyediaan suatu fasilitas dibuat berdasarkan perubahan kondisi atau sebagai reaksi terhadap tingkat persaingan. Artinya, strategi mengenai fasilitas merupakan tindakan yang bersifat proaktif dari keseluruhan startegi operasional, karena strategi ini memerlukan pengukuran baiya, produktivitas, dan implikasi persaingan suatu perusahaan.⁴⁶

5. Tujuan Strategi

Strategi pemasaran menurut Buku Pintar E.S yaitu penetapan kebijakan pemasaran dengan mengendalikan faktor diluar kekuasaan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemuasan

⁴⁶ *Ibid*, h, 62-66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen.⁴⁷ Menurut Griffin Strategi merupakan suatu rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi.⁴⁸

Jika disimpulkan dari pengertian-pengertian di atas bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama dan lingkungan secara efektif yang terbaik, karena strategi merupakan kunci dari terlaksananya misi yang ada dalam suatu perusahaan atau lembaga untuk mencapai tujuan yang lebih baik.

Strategi dalam pemasaran bertujuan untuk mencari atau menciptakan kondisi paling menguntungkan untuk menjual produk. Beberapa komponen dalam strategi pemasaran antara lain:

- a. Menentukan segmen pasar, yaitu menentukan siapa yang paling mungkin dan memastikan menjadi pangsa pasar dari produk yang kitajual.
- b. Menetapkan target penjualan, yaitu merencanakan berupa jumlah produk yang paling optimal masuk ke segmen pasar.
- c. Memberikan pemahaman pasar terhadap produk, yaitu upaya agar sedapat mungkin keunggulan produk kita mampu membentuk imej di masyarakat, sehingga produk kita mudah dikenal dan dikenang.

Dari tiga komponen tersebut dapat diaplikasikan menjadi strategi yang kita susun sehingga siap bersaing di pasar dengan pesaing lain. Jadikanlah pasar sebagai objek penentu agar mereka membeli, membeli dan

⁴⁷ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar ES*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2010), h. 795.

⁴⁸ Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Pustaka, 2010), Cet. Ke-5, h. 132

membeli lagi produk yang kita hasilkan, sehingga produk tersebut akan semakin dikenal pasar.

6. Fungsi Strategi

Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti sertamemperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.⁴⁹

Adapun penetapan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam setiap program komunikasi. Sebab jika penetapan strategi salah atau keliru maka jalan yang ditempuh untuk mencapai tujuan bisa gagal, terutama kerugian dalam segi waktu, materi dan tenaga.

a. Fungsi Strategi

Adapun fungsi strategi adalah berupaya menanamkan pemahaman dan pengertian melalui proses publikasi dan memiliki bentuk lebih banyak menekankan pada aspek persuasif agar publik tidak berkesempatan untuk menoleh ke pihak lain atau punya pilihan lain.⁵⁰

⁴⁹ Hitt michael, dkk, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 1997), h.137.

⁵⁰ Ruslan, Rosadi, *Kampanye Public Relation Kiat Dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), h, 84

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Manfaat Strategi

Menurut tripomo rumusan strategi yang baik akan membawa manfaat sebagai berikut:

- 1) Mendorong pemahaman terhadap situasi.
- 2) Pada saat membuat, untuk memahami situasi yang bakal terjadi dimasa depan yang dapat mempengaruhi organisasi menjadi lebih responsive terhadap perubahan karena mampu mendeteksi masalah belum terjadi.
- 3) Mengatasi konflik karena arah pembangunan tidak jelas.
- 4) Strategi yang baik akan dapat digunakan sebagai alat koordinasi menghindari masalah ketidak jelasan arah akibat adanya konflik, dan diharapkan strategi dapat mampu mencapai tujuan dan keputusan yang telah direncanakan.
- 5) Pendayagunaan dan lokasi sumber daya terbatas.
- 6) Strategi dirumuskan untuk menegakkan berbagai sumber daya organisasi mengarah sesuatu dengan strategi organisasi sehingga mampu mewujudkan keputusan-keputusan yang tepat dan efektif, karena strategi yang tepat sumber daya organisasi menjadi lambat sehingga organisasi gagal mencapai visinya.
- 7) Strategi dibutuhkan karena organisasi ingin bertahan hidup atau berkembang dengan menghadapi pesaing-pesaing yang lain, pesaing dapat menyangkut perbuatan konsumen sumber daya sosial dan lain-lain.

- 8) Mencapai keinginan dan pemecahan masalah.
- 9) Dengan merumuskan perhatian pada permasalahan atau mencapai keinginan organisasi yang paling kritis, secara sistematis organisasi mampu memecahkan permasalahan atau mencapai keinginan yang mungkin terkait satu sama lain, walau sumber daya yang dimiliki terbatas.⁵¹

B Positioning

1. Pengertian Positioning

Positioning merupakan tindakan untuk merancang penawaran dan citra perusahaan agar menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berbeda di dalam benak pelanggan targetnya. Hal ini akan membantu konsumen mengenali perbedaan yang pasti di antara produk yang bersaing sehingga mereka dapat memilih satu yang paling bernilai di antara produk tersebut. Penentuan posisi pasar menunjukkan bagaimana produk atau merek dibedakan dari para pesaingnya. Dalam memahami bagaimana sebenarnya penentuan posisi pasar ini, perlu diperhatikan beberapa aspek terkait seperti atribut diferensiasi utama yang dapat digunakan perusahaan, konsep penentuan posisi, strategi penentuan posisi, dan efektivitas penentuan posisi yang dilakukan.⁵²

Menurut Kotler, positioning is the act of designing the company's offer so that it occupies a distinct and value placed in the target customer

⁵¹ Tedjo Tripomo, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Rekayasa Sains, 2014), 20.

⁵² Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2001), hal. 97

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mind.⁵³ Maksudnya mencari posisi di dalam pasar, langkah ini dilakukan setelah menentukan strategi segmentasi yang di pakai. Dengan kata lain positioning adalah suatu tindakan ataupun langkah-langkah dari produsen untuk mendesain citra perusahaan dan penawaran nilai dimana konsumen di dalam suatu segmen tertentu mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu segmen tertentu, mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu perusahaan, membandingkan dengan pesaingnya. Sedangkan menurut Cravens, keputusan pemilihan target pasar merupakan titik vokal dari strategi pemasaran itu sendiri dan menjadi dasar dalam menentukan tujuan dan pengembangan strategi positioning.⁵⁴

Oleh karena itu, strategi positioning merupakan faktor utama dalam meningkatkan kekuatan posisi pasar perusahaan di suatu pasar tertentu dibanding pesaing-pesaingnya. Dari definisi di atas terkandung pengertian bahwa positioning berorientasi pada pikiran atau persepsi konsumen. Jadi positioning adalah usaha untuk menemukan suatu celah di dalam benak konsumen agar konsumen mempunyai brand image khusus terhadap produk ataupun merk produk atau bahkan terhadap perusahaan.

2. Ciri-Ciri Positioning

Apabila perusahaan menawarkan merek yang hanya meliputi merek tunggal, secara langsung akan dapat mengembangkan strategi kampanye. Akan tetapi untuk membantu perusahaan dalam menentukan

⁵³ Armstrong G., Adam S., Denize, S. and Kotler P. *Principles of Marketing*, Pearson/Prentice Hall: Sydney. .2012), h. 184-208.

⁵⁴ Cravens, David W, Piercy, Nigel F. *Strategic Marketing*.(McGraw-Hill : New York, 2012), h, 255

daya saing, maka positioning harus memiliki sifat atau ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Strategis
- b. Tulus ikhlas
- c. Menuntun pelanggan
- d. Dapat disampaikan
- e. Berlapang dada
- f. Berada di atas
- g. Khusus
- h. Berkelanjutan
- i. Menggerakkan
- j. Katalisator (sebagai perubahan)

3. Penentuan Posisi

Tiap perbedaan memiliki potensi menciptakan biaya bagi perusahaan maupun manfaat bagi pelanggan. Karena itu perusahaan harus berhati-hati dalam memilih cara untuk membedakan dirinya dari para pesaing. Suatu perbedaan patut dibuat jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Penting, Perbedaan itu memberikan manfaat bernilai tinggi bagi cukup banyak pembeli.
- b. Unik, Perbedaan itu tidak ditawarkan oleh siapa pun atau ditawarkan secara lebih tersendiri oleh perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Unggul, Perbedaan itu unggul dibandingkan dengan cara-cara lain untuk mendapatkan manfaat yang sama.
- d. Dapat dikomunikasikan, Perbedaan itu dapat dikomunikasikan dan jelas terlihat oleh pembeli.
- e. Mendahului, Perbedaan itu tidak mudah ditiru oleh pesaing.
- f. Terjangkau, Pembeli mampu untuk membayar perbedaan tersebut.
- g. Menguntungkan, Perusahaan akan memperoleh laba dengan memperkenalkan perbedaan itu.⁵⁵

Kemudian berbagai strategi penentuan posisi dapat dilakukan seperti:

- a. Penentuan posisi menurut atribut. Ini terjadi apabila perusahaan memposisikan diri menurut atribut, seperti ukuran, lama keberadaannya, dan seterusnya. Contohnya adalah Hyundai menekankan harga murah, Volvo menekankan keamanan dan daya tahan produk yang lama.
- b. Penentuan posisi menurut manfaat. Disini produk diposisikan sebagai pemimpin dengan suatu manfaat tertentu. Contohnya adalah pasta gigi Close-Up yang berguna membuat nafas segar dan gigi putih.
- c. Penentuan posisi menurut pemakai. Ini berarti memposisikan produk sebagai yang terbaik untuk sejumlah kelompok pemakai. Contohnya Rexona roll-on men adalah deodoran untuk pria.

⁵⁵ Lingga Purnama, *Op.cit*, h, 100-101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Penentuan posisi menurut penggunaan/penerapan. Memposisikan produk sebagai yang terbaik untuk sejumlah penggunaan atau penerapan. Contohnya adalah sereal cepat saji untuk orang-orang yang sibuk.
- e. Penentuan posisi menurut pesaing. Produk memposisikan diri lebih baik dari pada pesaing yang disebutkan namanya atau tersirat. Contohnya adalah Tropicana Slim yang membandingkan diri dengan susu merek lain sebagai solusi hidup sehat dan bebas lemak untuk kerampingan dan kesehatan (bebas kolestrol).
- f. Penentuan posisi menurut kategori produk. Produk diposisikan sebagai pemimpin dalam suatu kategori produk. Contohnya Dove yang memposisikan diri sebagai pelembab dan pelembut kulit dari sekedar sabun mandi.
- g. Penentuan posisi menurut kualitas/harga. Produk diposisikan sebagai menawarkan nilai terbaik. Contohnya adalah pembasmi nyamuk Hit yang menyatakan bahwa konsumen dapat memperoleh harga yang lebih murah untuk produk pembasmi nyamuk dengan kualitas yang tinggi.

Kotler dalam buku Lingga Purnama yang berjudul Strategic Marketing Plan mengemukakan empat macam kesalahan yang bisa terjadi dalam penentuan posisi. Kesalahan-kesalahan itu adalah underpositioning, overpositioning, confused positioning, dan doubtful positioning.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Target

Target adalah tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Secara umum penentuan pasar sasaran adalah proses untuk mengevaluasi setiap daya tarik segmen pasardan memilih satu atau lebih segmen yang akan dimasuki.⁵⁷ Kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi :

1. Evaluasi segmen pasar yang meliputi:
 - a. Ukuran dan pertumbuhan segmen Perusahaan perlu mengumpulkan data mengenai tingkat permintaan pasar, tingkat pertumbuhan pasar, serta tingkat keuntungan yang diharapkan dari setiap segmen.

⁵⁶ *Ibid*, h, 103

⁵⁷ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Prenada Media, 2005), h, 68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Daya tarik segmen

Setelah mengetahui ukuran dan pertumbuhan setiap segmen perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik jangka panjang setiap segmen.

- c. Sasaran dan sumber daya perusahaan

Apabila ternyata sebuah segmen memiliki ukuran dan pertumbuhan yang tepat dan memiliki daya tarik struktural yang baik, perusahaan masih harus memperhatikan sasaran dan sumber daya perusahaan. Suatu segmen yang besar dan menarik mungkin saja tidak akan berarti apa-apa bila sumber daya perusahaan tidak memungkinkan perusahaan untuk bersaing di segmen ini.⁵⁸

2. Memilih Segmen

Memilih segmen adalah menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan. Kemudian menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani. Pemilihan segmen dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

Pertama, membagi pemasaran menjadi:

- a. Pemasaran serbasama yaitu melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan. Mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen.
- b. Pemasaran serbaneka yaitu merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan, atau kepribadian. Untuk pasar ini memerlukan biaya yang tinggi.

⁵⁸ Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2005), h, 119

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Pemasaran terpadu yaitu khusus untuk sumber daya yang terbatas.⁵⁹

Kedua, terdapat paling tidak lima alternatif untuk melakukan seleksi atau memilih pasar sasaran. Hal ini penting mengingat masing-masing alternative memiliki kelebihan tersendiri. Oleh karena itu setiap perusahaan perlu mempertimbangkan kelima alternatif ini jika hendak melakukan memilih pasar sasarannya. Adapun kelima alternatif tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Single Segmen Concentration

Dalam alternatif perusahaan dapat memilih hanya kepada satu segmen saja. Artinya, kita konsentrasikan segmen mana yang paling potensial dan menguntungkan perusahaan. Pertimbangan penggunaan alternatif ini adalah keterbatasan dana dan segmen tersebut cenderung diabaikan pesaing.

- b. Selective Specialiation

Selective specialiation merupakan cara untuk memilih sejumlah segmen yang menarik dan sesuai dengan tujuan serta sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Dalam hal ini masing-masing segmen memiliki sinergi yang sama kuat sehingga perlu dipilih secara berhati-hati.

- c. Market specialiation

Dalam hal ini perusahaan melakukan segmentasi dengan mengkhususkan diri untuk melayani kebutuhan dari sekelompok konsumen tertentu saja.

⁵⁹ *Ibid*, h, 120

d. Product specialization

Product specialiation merupakan cara perusahaan untuk hanya memfokuskan kepada produk yang kemudian dijual kepada berbagai segmen pasar.

e. Full market coverage

Alternatif ini perusahaan melakukan atau melayani semua segmen yang ada dengan semua produk yang mungkin dibutuhkan tanpa adanya batasan tertentu.⁶⁰

D. Funding

1. Pengertian Funding

Penghimpunan dana (*funding*) adalah kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito/surat berharga lainnya.⁶¹ Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota atau koperasi lain dalam bentuk simpanan dan simpanan berjangka.

2. Manfaat Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana mempunyai manfaat bagi berbagai pihak, utamanya terhadap bank, terhadap pemilik dana, maupun terhadap pemerintah.⁶²

⁶⁰ *Ibid*, h, 120-121

⁶¹ Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012),

⁶² *Ibid*, h, 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Bagi Bank

Bank dengan berhasilnya menghimpun dana dari masyarakat berarti memiliki/menambah modal kerja untuk pemberian pinjaman/ pembiayaan/ kredit bagi masyarakat yang membutuhkan dan layak diberi. Dari pemberian pinjaman/pembiayaan (kredit) bank memperoleh pendapatan atau bagi hasil keuntungan.

b. Bagi Pemilik Uang

Bagi pemilik uang berarti menjadikan uangnya produktif, uang yang biasanya disimpan di rumah, di celengan ayam, celengan bambu atau bawah bantal yang menganggur (hoarding) dan penuh risiko dengan adanya usaha penghimpunan dana, uang yang menganggur tadi menjadi produktif menghasilkan keuntungan.

c. Bagi pemerintah

Bagi pemerintah dengan berhasilnya bank menghimpun dana masyarakat, berarti mengurangi volume uang yang beredar. Ini merupakan salah satu usaha dalam rangka mengendalikan inflasi.

3. Maksud dan Tujuan dalam Menghimpun Dana

Maksud dan tujuan bank dalam menghimpun dana masyarakat adalah:⁶³

a. Sebagai Dana Operasional Bank

Dana yang dihimpun bank dari masyarakat dari jumlah yang sekecil-kecilnya samai jumlah yang besar selanjutnya dikelola dan disalurkan

⁶³ *Ibid*, h, 11

kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dan layak untuk mendapat pinjaman dalam bentuk pembiayaan/kredit.

- b. Sebagai Alat/Cara Pemerintah dalam Melaksanakan Kebijakan Moneter.

Menarik uang dari masyarakat berarti mengurangi jumlah uang yang beredar, merupakan salah satu cara pemerintah dalam mengendalikan inflasi.

- c. Produktivitas Dana

Menghimpun dana melalui lembaga keuangan berarti menghimpun dana yang menganggur (idle funds) untuk dijadikan dana yang produktif dengan jalan disalurkan kembali kepada masyarakat untuk membiayai usaha-usaha yang produktif atau menghasilkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penjabaran yang penulis lakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi positioning pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target funding dikategorikan telah berjalan dengan cukup baik. Itu semua dapat dilihat dari pencapaian penghimpunan dana yang dilakukan meningkat, akan tetapi masih memiliki kekurangan seperti sulitnya mencapai target penghimpunan. Layanan Pick Up servis yang diterapkan pada BPR Fianka cabang Kubang merupakan inovasi strategi positioning (baruan) atau strategi pemasaran yang sangat dapat diandalkan, walaupun masih banyak kekurangan-kekurangan yang di dapati seperti halnya masyarakat yang kurang mengetahui BPR Fianka cabang Kubang dan layanan Pick Up servis itu sendiri.
2. Tinjauan ekonomi syari'ah terhadap strategi positioning pada BPR Fianka cabang Kubang dalam meningkatkan target funding telah sesuai dengan aspek Ekonomi Islam, karena layanan mobil ini selalu menjunjung tinggi 4 dimensi dalam memberikan kualitas pelayanan terhadap nasabah, yaitu:
 - a. Realibility (kehandalan).
 - b. Responsiveness (daya tanggap).
 - c. Assurance (jaminan/kepastian).
 - d. Emphaty (empati).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain itu layanan Pick Up servis BPR Fianka cabang Kubang juga mencerminkan sikap pebisnis dalam islam, yakni bisnis bukan berbicara tentang keuntungan semata, melainkan ada nilai persaudaraan harus tetap dijaga sehingga terjalinlah hubungan silaturahmi yang baik untuk jangka panjang kedepannya.

Saran

1. Layanan Pick Up servis BPR Fianka cabang Kubang dinilai membantu masyarakat dalam melakukan transaksi sehari-harinya, namun tidak sedikit juga masyarakat yang belum memiliki pengetahuan mengenai layanan tersebut, untuk itu di harapkan kepada BPR Fianka cabang Kubang untuk meningkatkan promosi mengenai kegunaan dan fungsi layanan Pick Up servis.
2. Untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, diharapkan mobil Pick Up servis bisa meningkatkan jenis layanan yang disediakan, agar dapat menarik animo masyarakat untuk menggunakan layanan mobil ini.
3. Melakukan inovasi dalam mengembangkan produk dan senantiasa meningkatkan kualitas produk dan terus meningkatkan kualitas yang berorientasi pada nasabah dengan selalu mengedepankan kepada kepuasan nasabah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Arif M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Qur'an dan terjemahannya, Bandung: CV Diponegoro, 2010
- Angipora Marius P, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT raja Grafindo Persada, 2002
- Arifin Ziinul, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta : Pustaka Alvabeta, 2006
- Aikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- Armstrong G DKK. *Principles of Marketing*, Pearson/Prentice Hall: Sydney. 2012
- Bahreisy Hussein, *Himpunan Hadits Pilihan Hadits Shahih Bukhari*, Surabaya: Al Ikhsan, 1992
- Cannon Joseph P, *Pemasaran Dasar pendekatan Manajerial Global*, Jakarta: Salemba Empat, 2008
- Cravens DKK *Strategic Marketing*. McGraw-Hill : New York, 2012
- Diana Ilfi Nur, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Malang: UIN-Maliki Press, 2012
- Hartono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016
- Hasan Ali, *Marketing Bank Syariah*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010
- Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Hasan M. Iqbal, *Metodologi Penelitian & Aplikasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002
- Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012
- Hitt michael, dkk, *Manajemen Strategis*, Jakarta: Erlangga, 1997
- <http://www.sharjaeconomics.org/2009/marketing-syariah>, tanggal 8 November 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Korus Muhammad, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial*, Yogyakarta: Erlangga
- Ham Sholihin Ahmad, *Buku Pintar ES*, Jakarta: PT. Gramedia, 2010
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer Petersalim, Jakarta: Modern English Pers, 2002
- Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana, 2005
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media, 2004
- Kaerul Umam dan Kadar Nurjaman, *Komunikasi dan Public Relation* Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012
- Kurniawan Saefullah DKK, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Kencana, 2010
- Leo Sutanto, *Kiat Jitu Menulis Sekripsi, Tesis Dan Diserentasi*, Jakarta : Erlangga, 2013
- Liliweri Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: 2011
- Manna Abdul Djaliel dan Rafi'udin, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung : Pustaka Setia, 1997
- Morrison, *Manajemen Public Relations, Strategi menjadi humas Profesional*, Jakarta:Kencana, 2008
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008
- Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: kencana, 2011
- Pandia Frianto, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, Jakarta: Rineka Cipta, 2012
- Purnama Lingga, *Strategic Marketing Plan*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2001
- Rangkuti Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2006
- Rosadi DKK, *Kampanye Public Relation Kiat Dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997
- Sangadji Etta Mamamng, *Metode Penelitian: Pendekatan Prektis dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2010
- Satori Djam'an dk, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setiadi Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran* , Jakarta : Prenada Media, 2005

Setiadi Nugroho J, *Perilaku Konsumen*, Jakarta Timur: Prenada Media, 2003

Sudarsono Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003

Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012

Syah Haris Herdian, *Wawancara Obserfasi dan Focus Group Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta, Rajawali Grafindo Persada, 2013

Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1997

Tripomo Tedjo, *Manajemen Strategi*, Bandung: Rekayasa Sains, 2014

Umar Husein, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010

Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, PT. Raja Grafindo Persada, 2005

Wijawa Lukman Denda, *Manajemen Perbankan*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009

Winardi, *Entrepreneur Dan Enterpreneurship*, Jakarta:Kencana. 2003

Yusuf Hamali,S.S.,M.M Arif, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2016



DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA

1. Sejak kapan berdirinya dan mulai anda bekerja di BPR Fianka Cabang Kubang ?
2. Apa saja program-program yang dijalankan di BPR Fianka Cabang Kubang ?
3. Tolong anda jelaskan pengertian dari Strategi Positioning ?
4. Tolong anda jelaskan pengertian dari penghimpunan dana ?
5. Apa latar belakang serta tujuan menghimpun dana ?
6. Bagaimana strategi Positioning yang dijalankan BPR Fianka dalam meningkatkan target funding ?
7. Apa saja program yang dilaksanakan BPR Fianka dalam membantu meningkatkan target funding, apakah ada program unggulannya ?
8. Siapa sajakah sasaran BPR Fianka dalam meningkatkan target funding ?
9. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi BPR Fianka dalam proses meningkatkan target Funding ?

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOTO DOKUMENTASI

A. Kondisi Luar Kantor BPR Fianka Cabang Kubang



B. Wawancara Dengan Salah Satu Karyawan BPR Fianka Cabang Kubang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Foto Bersama dengan Karyawan BPR Fianka Cabang Kubang



D. Pelayanan Pembukaan Tabungan



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كآاية الشريعة و القانون
FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.L/PP.01.1/10158/2018

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : TAUFIQ HIDAYAT
N I M : 11325103750
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

UJIAN KOMPREHENSIF

Yang diselenggarakan pada tanggal : **14 DESEMBER 2018**

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 27 Desember 2018

Dekan,



DR. Drs. H. Hajar, M.Ag
NIP 195807121986031005

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau

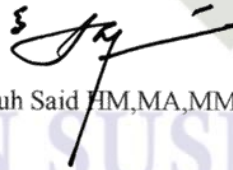
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

1. N A M A : Taufiq hidayat
2. NOMOR MAHASISWA : 11325103750
3. JUDUL USUL PENELITIAN : Strategi positioning pada bank perkreditan rakyat fianka cabang kubang dalam meningkatkan target funding menurut ekonomi syariah
4. Hari/Tgl. Diseminarkan : Rabu / 07 November 2018
5. Hasil Seminar dirumuskan adalah :
 - a. Judul : Disetujui / ~~Ditolak~~ / Disempurnakan
 - b. Latar Belakang Masalah : ~~Jelas~~ / Masih Kabur / Perlu Perbaikan
 - c. Permasalahan : ~~Jelas~~ / Masih Kabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas
 - d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian : ~~Jelas~~ / Mengambang / Perlu Perbaikan
 - e. Kerangka Teoritis (jika ada) : Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan
 - f. Rumusan Hipotesis (jika ada) : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam
 - g. Metode Penelitian : ~~Jelas~~ / Masih Kabur / Perlu Perbaikan
 - h. Daftar Pustaka : ~~Cukup~~ / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER



Dr.H.Muh Said IM,MA,MM

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar
 Dikonsultasikan dengan WD I



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hal Biologi UIN Suska Riau
 UIN SUSKA RIAU
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
 FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Proposal dengan judul "STRATEGI POSITIONING PADA BANK
 PERKREDITAN RAKYAT CABANG KUBANG DALAM MENINGKATKAN
 TARGET FUNDING MENURUT EKONOMI SYAR'IAH" ditulis oleh saudara :

Nama : Taufiq Hidayat
 NIM : 11325103750
 Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Diseminarkan pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 7 November 2018
 Narasumber : Dr. H. Muh Said HM,MA,MM


Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa
 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 7 November 2018

Kepala Sub. Bagian Akademik

Narasumber


Rosmiati S. Ag
 NIP. 197409102003122003


Dr. H. Muh Said HM, MA, MM
 NIP. 196205121989031003

Nomor : 098/BPR-FRF/SKET/II/2019

Kampar, 04 Februari 2019

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru

Sehubungan dengan surat izin penelitian nomor Un.04/F.1.1/PP.00.9/7304/2018/, bersama ini kami bersedia untuk menjalin kerja sama dengan mahasiswi dengan data sebagai berikut:

Nama	: Taufiq Hidayat
NIM	: 11325103750
Fakultas	: Ekonomi Syariah
Program Studi	: SI Ekonomi Syariah
Alamat	: Pekanbaru

Untuk membantu dalam rangka penelitian di PT.BPR Fianka Rezalina Fatma Cabang Kubang. Adapun penelitiannya berjudul "Strategi Positioning dalam Meningkatkan Target Funding Pada PT. BPR Fianka Rezalina Fatma Cabang Kubang." Demikian Surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat Kami,
PT. BPR Fianka Rezalina Fatma

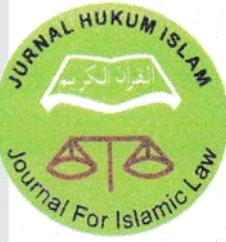


Dino Hutasoit
BANK PERKREDITAN RAKYAT
Fianka bank

UINCA

Jl. Kubang Raya No.134 Kampar – Riau, Telp. 0761-73488

UIN SUSKA RIAU



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa.

Nama : **TAUFIQ HIDAYAT**

NIM : **11325103750**

Jurusan : **EKONOMI ISLAM**


Judul : **STRATEGI POSITIONING PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT FIANKA CABANG KUBANG DALAM MENINGKATKAN TARGET FUNDING MENURUT EKONOMI SYARIAH**

Pembimbing : **Dermawan Tia Idrajaya, M.Ag**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 26 Juni 2020

An. Pimpinan Redaksi


M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL
NIP. 198804302019031010

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP PENULIS

TAUFIQ HIDAYAT, lahir di Pekanbaru pada tanggal 26 Juli 1994. Ayahanda bernama Indra. Penulis anak pertama dari dua bersaudara. Pendidikan formal yang ditempuh penulis adalah SDN 026 Pandau Permai Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, lulus pada tahun 2006. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan Madrasah Tsanawiyah (MTs) di Perguruan Thawalib Padang Panjang Bagian Putra, dan lulus pada tahun 2009. Selanjutnya penulis meneruskan jenjang pendidikan pada Madrasah Aliyah (MA) di Perguruan Thawalib Padang Panjang Bagian Putra, dan tamat pada tahun 2013. Kemudian penulis meneruskan pendidikan perguruan tinggi pada Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Syari'ah dan Hukum dengan Jurusan Ekonomi Syari'ah.

Pada tanggal 1 Februari – 31 Maret 2016 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Putra Riau Mandiri Kubang Raya dan pada tanggal 1 Juli – 10 September 2016 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Seberang Pulau Kijang Kecamatan Reteh Kabupaten Indragiri Hilir.

Dengan rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **STRATEGI POSITIONING PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT HANKA CABANG KUBANG DALAM MENINGKATKAN TARGET FUNDING MENURUT EKONOMI SYARI'AH**" di bawah bimbingan Bapak Dr. Amrul Muzan, S.Hi, M.A dan pada tanggal 20 Maret 2018 penulis telah mengikuti sidang munaqasah dan lulus dengan IPK 3,14 dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.