KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rasa syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas selesainya penyusunan dokumen Studi Kelayakan Konversi Pengelolaan BPR Bank Pekalongan ke Syariah. Penyusunan dokumen Studi Kelayakan ini adalah sebagai bahan pertimbangan bagi pengambilan keputusan Kota Pekalongan yang berencana akan melakukan peralihan pengelolaan BPR Bank Pekalongan dari pengelolaan model konvensional ke pengelolaan model syariah. Dokumen ini juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari persyaratan yang harus ada dari usulan peralihan pengelolaan bank dari pengelolaan konvensiaonal ke pengelolaan syariah sebagaimana yang termuat dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 64 /Pojk.03/2016 Tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah,

Penyusunan dokumen ini dapat terselesaikan karena partisipasi dan dukungan banyak pihak. Oleh karenanya tim penyusun menyampaikan terima kasih terutama pada Direktur BPR Bank Pekalongan dan Pemerintah Kota Pekalongan yang telah memberikan berbagai informasi yang diperlukan.

Akhirnya semoga dokumen Studi Kelayakan ini dapat menjadi acuan dan bahan pengambilan keputusan bagi Pemerintah Kota Pekalongan selaku pemilik BPR Bank Kota Pekalongan dalam rangka konvesri pengelolaan BPR Bank Kota Pekalongan ke Pengelolaan model syariah.

Pekalongan, 15 Oktobr 2018

DAFTAR ISI

Halaman

COVER i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GRAFIK vii

DAFTAR GAMBAR .....

DAFTAR LAMPIRAN .....

BAB I PENDAHULUAN .....

1.1 Latar belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Tujuan Penulisan Studi Kelayakan 5

1.4 Lokasi Survei 6

1.5 Metode Penelitian 6

1.6 Alat Analisis 7

1.7 Sistematika Penulisan 10

BAB II TINJAUAN TEORITIS

2.1 Perkembangan Bank Syariah 11

2.2 Bank Dalam Prespektif Islam 13

2.3 Pengembangan Sistem Perbankan Syariah 17

2.4 Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia 18

2.5 Grand Strategy Pengembangan Pasar Perbankan Syariah 20

2.6 Kompetitif antar Bank Syariah 23

2.7 Pentingnya Investasi 24

2.8 Pengertian dan Manfaat Studi Kelayakan Bisnis (*Feasibility Study*)25

2.9 Ruang Lingkup Studi Kelayakan Bisnis 29

2.9.1 Aspek Pasar dan Pemasaran 29

2.9.2 Aspek teknis dan teknologi 37

2.9.3 Aspek Manajemen 40

2.9.4 Aspek Hukum 41

2.9.5 Aspek Lingkungan 43

2.9.6 Aspek keuangan 44

BAB III ASPEK NON FINANSIAL

3.1 Aspek Visi dan Religiusitas Kota Pekalongan 48

3.2 Aspek Hukum 52

3.3 Aspek Pasar dan Pemasaran 55

3.4 Aspek Teknis dan Teknologi 60

3.5 Aspek Manajemen 63

3.6 Aspek Lingkungan 65

3.7 Aspek Ekonomi Sosial 66

BAB IVASPEK FINANSIAL DAN DAN KELAYAKAN INVESTASI

4.1 Aset dan Dana PihakKetiga 69

4.2 Pendapatan dan Beban 70

4.3 Profitabilitas 72

4.4 Analisis Kelayakan 73

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan 78

5.2 Saran 79

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel. 3.1 Jumlah Penduduk Kota Pekalongan Menurut Pemeluk Agama Tahun2016..... 50

Tabel. 3.2 Pertumbuhan Pembiayaan Bank Umum Syariah di Wilayah EksKaresidenan Pekalongan Berdasarkan Lokasi Proyek..... 59

Tabel 3.3 Jumlah Pekerja menurut Lapangan Usahadi Kota Pekalongan Tahun 2016..... 66

Tabel 3.4.Jumlah penduduk berumur 15 tahun keatas yang bekerja selama seminggu yang lalur menurut status pekerjaanutama dan jenis kelamin di Kota Pekalongan, 2016 67

Tabel 3.5. Pertumbuhan Ekonomi Kota Pekalongan, Jawa Tengah danIndonesia..... 68

Tabel 4.1 ProfitabilitasPD BPR Bank Pekalongan 73

Tabel 4.2 AnalisisKelayakanPD BPR Bank Pekalongan 7..... 75

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Proporsi DPK Bank Umum Syariah di WilayahEks Karesidenan Pekalongan 57

Grafik 3.2 Proporsi Pembiayaan Bank Umum Syariah di Eks karesidenan Pekalongan 58

Grafik 4.1 Perkembangan aset PD BPR Bank Pekalongan 69

Grafik 4.2 PerkembanganPendapatanBunga PD BPR Bank Pekalongan 70

Grafik 4.3 PerkembanganPendapatanBunga PD BPR Bank Pekalongan 71

Grafik 4.4 PerkembanganLabaBersih PD BPR Bank Pekalongan 72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang:

Saat sekarang ini konversi bank umum menjadi bank syariah seperti menjadi tren dalam dunia perbankan nasional. Beberapa faktor yang diperkirakan akan meningkatkan pertumbuhan industri perbankan syariah nasional, diantaranya adalah: *pertama*berdirinya Bank Umum Syariah (BUS) baru baik yang muncul dari pelaku pasar (investor) baru maupun konversi Unit Usaha Syariah (UUS) menjadi BUS, sebagai akibat dari sentimen positif akibat pengaruh UU Perpajakan dan UU Perbankan Syariah; *Kedua*ekspektasi akan tercapainya peringkat *investment grade* yang semakin kuat bagi Indonesia;*Ketiga* kuatnya sektor konsumsi domestik, kinerja investasi dan kemampuan ekspor yang mampu mendukung kinerja sektor riil nasional, sehingga menyebabkan kinerja ekonomi Indonesia mampu tumbuh positif dengan angka pertumbuhan yang relatif tinggi di bandingkan negara kawasan; *Keempat* keberhasilan program promosi dan edukasi publik tentang perbankan syariah.

Selanjutnya pertumbuhan bank syariah akan memiliki peluang besar untuk lebih mempercepat pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan nasional Indonesia. Hal ini dapat terjadi melalui dukungan beberapa faktor: *Pertama,* secara yuridis, eksistensi perbankan syariah semakin kuat setelah disahkannya UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan

syariah. *Kedua* potensi market yang sangat besar. Mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam memiliki kekuatan tersendiri untuk membantu pengembangan perbankan syariah. Hingga kini,*market share* industri perbankan syariah masih kalah jauh dengan *market share* industri perbankan konvensional. Oleh karenanya, perlahan atau lambat, sangat mungkin terjadi perimbangan *market share* industri perbankan syariah dan industri perbankan konvensional. Apalagi akhir-akhir ini, pemahaman masyarakat mengenai bank syariah mulai berkembang pesat. *Ketiga*, dijalankannya kebijakan *spin off*dan konversi dalam rangka mempercepat laju pertumbuhanbank syariah, BI –dalam hal ini- dapat mendorong Unit Usaha Syariah untuk memisahkan dirinya (*spin off*) dari bank induknya atau konversi dari bank konvensional menjadi banksyariah. *Keempat*, adanya inovasi produk pada industri perbankan syariah. Jika dibandingkan dengan produk yang dimiliki oleh industri perbankan konvensional, perbankan syariah relatif memiliki produk yang lebih bervariatif.

Pemerintah sendiri telah menunjukkan keseriuasannya dalam menumbuh kembangkan perbankan berbasis syariah. Dukungan Pemerintah terhadap Perbankan Syariah tersebut dituangkan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 64 /Pojk.03/2016 Tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa pertimbangan konversi dari bank konvensional ke bank syariah adalah dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi nasional secara berkesinambungan. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa dalam rangka

memperkuat perbankan serta meningkatkan daya saing khususnya bagi perbankan syariah, perlu berbagai upaya yang harus dilakukan antara lain melalui penguatan permodalan, penataan kepemilikan, peningkatan kualitas pengurus, dan peningkatan layanan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Prospek yang cerah dari pertumbuhan perbankan syariah tersebut menarik banyak pelaku perbankan untuk mengkonversi bank konvensional menjadi bank syari'ah, tidak terkecuali bank-bank umum di Kota Pekalongan yang saat ini telah menjalankan praktek bank berbasis syariah. Seperti BNI Syariah, BPD Syariah, dan Bank-Bank yang lain secara lambat tapi pasti akan segera beralih ke bank syariah.

Sebagai gambaran performance Bank Umum Syariah di Karesidenan Pekalongan menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal tersebut tercermin dari pertumbuhan aset yang tumbuh lebih tinggi dari pada periode sebelumnya. Laju pertumbuhan aset tercatat sebesar 47, 59 % (yoy), dari Rp. 2,01 triliun menjadi Rp. 3,03 triliun. Angka tetersebut lebih tinggi dari pertumbuhan aset pada triwulan III 2016 sebesar 16,09% (yoy).(Bank Indonesia, 2016).

Gambaran situasi perbankan nasional dan performance bank umum syariah di Eks Karesidenan Pekalongan menginspirasi BPR-BPR yang ada untuk beralih pengelolaannya menjadi BPR Syariah dengan tujuan memperluas pangsa pasar mereka. Hal ini pula yang menjadi landasan pijak bagi BPR Pekalongan untuk mengkonversi pengelolaannya dari Konvensional menjadi Syariah.

Sebagaimana perundangan yang berlaku bahwa peralihan pengelolaan BPR menjadi BPRS harus dilengkapi dengan Studi Kelayakan. Oleh karena rencana perubahan pengelolaan BPR Kota Pekalongan menjadi BPRS Kota Pekalongan dilakukan kegiatan analisa Studi Kelayakan.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latarbelakang tersebut diatas rumusan masalah pada penulisan ini adalah

1. Bagaimanakah kelayakan peralihan pengelolaan BPR Bank Pekalongan dari konvensional menjadi syariah dari aspek faktor sosial, religius dan visi Kota Pekalongan.
2. Bagaimanakah kelayakan peralihan pengelolaan BPR Bank Pekalongan dari konvensional menjadi syariah dari aspek legalitas.
3. Bagaimanakah kelayakan peralihan pengelolaan BPR Bank Pekalongan dari konvensional menjadi syariah dari aspek produksi,
4. Bagaimanakah kelayakan peralihan pengelolaan BPR Bank Pekalongan dari konvensional menjadi syariah dari aspek Pemasaran
5. Bagaimanakah kelayakan peralihan pengelolaan BPR Bank Pekalongan dari konvensional menjadi syariah dari aspek finansial dan kelayakan investasi

1.3. Tujuan Penulisan Studi Kelayakan

Tujuan Kegiatan penyusunan studi kelayakan adalah memberikan informasi kepada pihak-pihak terkait terutama Pemda Kota Pekalongan selaku pemilik BPRBank Pekalongan, tentang kelayakan dalam melakukan peralihanpengelolaan dari BPR menjadi BPRS baik dari aspek sosial religiusitas, visi Kota Pekalongan, Aspek legalitas, aspek produksi, aspek pemasaran, aspek finansial dan Investasi.

Adapun manfaat dari kegiatan penyusunan Studi Kelayakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah: menyediakan dokumen studi kelayakan sebagai dasar pengambilan keputusan tentang peralihan pengelolaan dari BPR menjadi BPRS dan dokumen yang tidak terpisahkan dari persyaratan lain untuk pengajuan usulan peralihan pengelolaan dari BPR menjadi BPRS sebagaimana yang dipersyaratkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 64 /Pojk.03/2016 Tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah.
2. Bagi masyarakat: menyediakan dokumen yang memberikan informasi yang jelas dan akurat bahwa peralihan pengelolaan BPR menjadi BPRS akan dapat meningkatkan performance BPR Bank Pekalongan.

1.4. Lokasi Survei

Survei dalam rangka pencarian data primer dilaksanakan dengan melakukan wawancara dan pemberian kuesioner kepada nasabah BPR Bank Pekalongan. Adapun untuk data sekunder dilakukan melalui dokumen dokumen resmi yang di keluarkan oleh BPR Bank Pekalongan terkait dengan struktur organisasi, SDM, Produksi, dan Keuangan. Serta dokumen-dokumen resmi yang diterbitkan oleh Biro Pusat Statistik (BPS) Kota Pekalongan, dan Laporan Keuangan Bank Indonesia tentang kinerja kuangan Bank-Bank Umum dan Bank Syariah.

1.5. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisa kajian literatur yangberkenaan dengan variable-variabel yang digunakan dalam pengumpulandata. Pendekatan kuantitatif diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden. Pendekatan ini dilakukan agar kajian ini memperoleh hasil yang valid dan komprehensif.

Setelah data diperoleh dari berbagai kelompok responden serta setelah dilakukan input dan tabulasi data, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap hasil survei. Hasil dari survey dan analisa ini akan menjadi dasar informasi untuk mendesain kebutuhan seperti apa yang harus dipenuhi dari sisi operasional. Kebutuhan-kebutuhan inilah yang

nantinya akan menjadi dasar bagi tahapan selanjutnya, yaitu melakukan penyusunan kelayakan investasi.

1.6. Alat Analisis

Kelayakan investasi dapat diukur dari berbagai kriteria, yang dalam hal ini menggunakan; analisis *Payback Period (PP), , Net Present Value (NPV),* dan *Internal Rate Of Return (IRR), dan Profitability Index (PI)*

1.6.1. *Payback Period* (PP)

Payback Period adalah Waktu yang dibutuhkan atas suatu investasi yangmenghasilkan *cash flow* yg dapat menutupi biaya investasi yang telah dikeluarkan.Sebuah investasi diterima/layak jika *payback period* lebih rendah daripada waktuyang dipersyaratkan.

Menurut Sofyan (2002: 19), teknik ini digunakan untuk menentukan berapa lama modal yang ditanamkan dalam usaha itu akan kembali jika alternatif aliran kas (*Cash Flow*) yang didapat dari usaha yang diusulkan itu akan kembali, maka alternatif usulanusaha yang memberikan masa yang terpendek adalah yang terbaik.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2004: 155), perhitungan didapat dari perhitungan nilaikas bersih (*proceed*) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakanpenjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatanjika investasi 100% menggunakan modal sendiri) Rumus yang digunakan dalamperhitungan *payback period* adalah sebagai berikut:

$$PaybackPeriod = \frac{\text{Initial Investment}}{\text{Proceed}} x\,1\,\text{tahun}$$

Dimana

Initial Investment : Total Investasi yang dikeluarkan

Proceed : Aliran kas masuk bersih

1.6.2. *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value mengukur berapa nilai yang dihasilkan saat ini seandainyamenanamkan sebuah investasi. NPV juga merupakan perbedaan di antara nilaipasar investasi dan biaya yang dikeluarkannya. *Discounted cash flow valuation*adalah proses penilaian investasi melalui tingkat diskonto *cash flow* pada masadatang. Untuk mengintepretasikan kelayakan suatu usaha dapat dilihat dari hasilperhitungan NPV. Jika nilai NPV positif maka investasi layak dilakukan, sebaliknya jikanegatif maka investasi ditolak atau tidak layak.

Menurut Sofyan (2002: 180), NPV adalah nilai neto sekarang dari dana yangdiinvestasikan selama umur proyek. NPV mencerminkan besarnya tingkatpengembalian dari usulan usaha atau proyek, oleh karena itu usulan proyek yanglayak diterima haruslah memiliki nilai NPV > 0, jika tidak maka proyek itu akanmerugi. Rumus yang digunakan dalam NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = -Initial\,\text{Investment}_0 + \sum_{t=1}^{n} \frac{\text{Pr}oceed_t}{(1+r)^t}$$

Dimana :

Initial Investment : Total Investasi yang dikeluarkan

Proceed : Aliran kas masuk bersih

r : Tingkat bunga/biaya modal

t : PeriodeInvestasi

Kriteria untuk menerima dan menolak rencana investasi dengan metode NPV

adalah sebagai berikut:

- Apabila NPV >0, maka usulan proyek diterima,
- Apabila NPV <0, maka usulan proyek ditolak, dan
- Apabila NPV = 0, kemungkinan proyek akan diterima atau nilai perusahaan tetap walaupun usulan proyek diterima atau ditolak.

1.6.3. *Internal rate of return* (IRR)

Internal rate of return (IRR) merupakan tingkat diskonto yang menyebabkan NPV investasi sama dengan nol. IRR dapat juga dianggap sebagai tingkat keuntunganatas investasi bersih dari suatu usaha, sepanjang setiap benefit bersih diperolehsecara otomatis ditanamkan kembali pada tahun berikutnya dan mendapatkantingkat keuntungan i yang sama dan diberi bunga selama sisa umur usaha. Sebuahinvestasi layak jika nilai IRR melebihi tingkat return yang dipersyaratkan.

IRR dapat menggambarkan besarnya suku bunga tingkat pengembalian atasmodal yang diinvestasikan. Dalam kriteria investasi IRR harus lebih besar dari OCCatau *opportunity cost of capital* agar rencana atau usulan investasi dapat layakdilaksanakan (Sofyan 2002: 178). Rumus yang digunakan untuk IRR adalah sebagaiberikut:

$$IRR = Initial\,\text{Investment}_0 = \sum_{t=1}^{n} \frac{\text{Pr}\,oceed_t}{(1+r)^t}$$

Dimana :

Initial Investment	:	Total Investasi yang dikeluarkan
Proceed	:	Aliran kas masuk bersih
r	:	Tingkat bunga/biaya modal
t	:	PeriodeInvestasi.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika Peaporan Penulisan Feasibility Study konversi BPR Bank Pekalongan dari konvensional ke syariah adalah sebagai Berikut:

Bab I Pendahuluan berisi Latar Belakang,Maksud, Tujuan dan Manfaat, Lokasi Survey, Metode Penelitian, Alat analisis, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Teori, berisi tentang teori teori tentang perbankan syariah, dan teori studi kelayakan.

Bab III Aspek Non Finansial, berisi tentang analisa aspek produksi dan teknologi, aspek pemasaran, aspek hukum, aspek lingkungan, dan aspek sosial ekonomi.

Bab IV Aspek Finansial dan Kelayakan Investasi, yang berisi tentang perkembangan keuangan BPR Bank Pekalongan, dan analisa kelayakan Investasi.

Bab V Simpulan dan Rekomendasi

BAB II

TINJAUAN TEORITIS:

2.1. Perkembangan Bank Syariah

Perkembangan perbankan syariah secara formal di Indonesia dimulai sejak tahun 1992. Hingga saat ini walaupun pangsa pasarnya masih relatif kecil, dari sisi pertumbuhan relatif cukup pesat. Lambatnya perkembangan perbankan syariah dari tahun 1992 sampai 1998 disebabkan oleh beberapa faktor. Yaitu, masih kurangnya pemahaman dan banyak terdapat kesalahpahaman masyarakat mengenai bank syariah. Belum lengkapnya ketentuan perbankan yang mengatur tentang operasional perbankan syariah juga menjadi salah satu faktor yang turut memperlambat perkembangan bank syariah. Contoh sederhana adalah bahwa dalam UU No.7 tahun 1992 tentang Perbankan belum dikenal istilah perbankan syariah. Dalam UU No. 7 /1992, bank syariah hanya disebut sebagai bank bagi hasil. Kemudian pada 1998 dengan UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No.7/1992, barulah disebutkan secara tegas tentang perbankan syariah.

Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang–Undang No.7 tahun 1992 tentang perbankan telah memberikan amanat kepada Bank Indonesia untuk mengakomodasi pengaturandan pengawasan perbankan berdasarkan prinsip syariah. Keberadaan *Dual Banking System* atau Sistem Perbankan Ganda, yaitu perbankan berdasar konvensional dan

syariah. Undang Undang tersebut memberikan arahan bagi bank–bankkonvensional untuk membuka cabang syariah atau mungkin mengkonversi diri secara total bank syariah.

Pembentukan pembentukan bank syariah di Indonesia, baik yang merupakan BUMN maupun BUMD dimaksudkan agar bisa mencapai pertumbuhan pangsa pasar (*market share*) yang ditargetkan. Bank syariah yang besar diperlukan kehadirannya untuk mengantisipasi ekspansi bank syariah negara tetangga seperti Malaysia yang sudah memiliki Bank Islam Malaysia. Ekspansi itu sendiri memungkinkan dengan telah diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sejak 2016.

Market share atau pasar perbankan syariah di Indonesia masih tergolong rendah. Pada 2016, pasar perbankan syariah di Indonesia hanya mencapai 5,3%. Angka ini masih dibawah *market share* negara-negara lain. Misalnya di Arab Saudi sudah mencapai 51,1%, sudah besar, di Malaysia sudah mencapai 23,8%, sudah cukup besar, dan di Uni Emirat Arab sudah mencapai 19,6%, (ekozone, 2016), Namun demikian lambat laun tapi pasti *market share* ini akan beranjak secara signifikan. Hal ini dimungkinkan karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Faktor ini dalam jangka panjang menjadi kekuatan tersendiri untuk membantu pengembangan perbankan syariah. Sangat mungkin terjadi perimbangan *market share* industri perbankan syariah dan industri perbankan konvensional. Apalagi akhir-akhir ini, pemahaman masyarakat mengenai bank syariah mulai berkembang pesat.

Perubahan pemahaman masyarakat mengenai bank syariah tidak lepas dari pemikiran bahwa hakekat hubungan manusia dengan agama terbangun secara fitrah. Hal ini ditandai dengan realitas yang memperlihatkan besaran porsi kebutuhan manusia untuk melengkapi dirinya dengan agama, baik dalam rangka untuk mengabdikan diri kepada sang pencipta maupun dalam rangka menjalin hubungan dengan lingkungan dan sesama makhluk. Pendirian bank dengan prinsip-prinsip syariah merupakan salah satu bagian dari keinginan manusia untuk bisa hidup di dunia dengan menjalankan perintah agama. Adanya hasrat memikirkan dunia dan Tuhan mendorong manusia beriman dan berbuat baik pada sesamanya. Pengakuan tentang keterkaitan nilai (agama) dan ekonomi bukan hanya klaim Islam tetapi juga ekonomi konvensional. Dengan demikian pada prisipnya bahwa pertimbangan secara idiologis keagamaan dari konversi bank konvesional ke syariah menghindari dari memakan riba. Islam memang mengharamkan riba, tetapi masih memperdebatkan posisi bunga bank. Supaya tidak terus berada pada keraguan maka dibukalah bank syariah.

2.2. Bank Dalam Prespektif Islam:

Bank pada hakekatnya hanyalah lembaga intermediasi yang menjembatani para penabung dengan investor. Karena tabungan hanya akan bermanfaat bila diinvestasikan sedang para penabung tidak dapat diharapkan untuk menggunakan kemampuannya untuk melakukan bisnis,

maka tidak diragukan lagi bahwa Bank dapat melakukan fungsi yang bermanfaat bagi masyarakat Islam.

Banyak orang bingung terhadap adanya larangan Al Qur'an tentang Riba (bunga) dan kelihatan tidak berdaya. Mereka berpendapat bahwa karena bank memperoleh hasil dari uang yang sebagian diinvestasikan untuk tujuan produktif, maka tidak ada alasan mengapa para penabung yang menyimpan dananya di bank tidak memperoleh bagian. Demikian pula mereka heran, mengapa bank tidak boleh memungut bunga dari para pengusaha yang menerima pinjaman dan menggunakannya secara produktif untuk membuat keuntungan. Kini orang harus melihat konsekuensi bagi kesejahtaraan masyarakat untuk melihat alasan dilarangnya bunga.

Kalimat Al Qur'an: "Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba" (QS 2: 275) menunjukkan bahwa praktek bunga adalah tidak sesuai dengan semangat Islam. Dengan mempertimbangkan pinjaman untuk tujuan konsumsi, pada saat dibutuhkan, pertimbangan moral akan meminta agar setiap orang harus saling membantu satu sama lain tanpa memungut bunga. Pemungutan bunga dengan mengambil manfaat dari orang yang secara ekonomis posisinya lebih lemah adalah bertentangan dengan semangat Islam tentang keadilan dan pemerataan.

Bila pungutan bunga itu dikenakan pada pinjaman untuk tujuan produktif, setidak-tidaknya kita harus mempertimbangkan beberapa prinsip yang bertentangan dengan keadilan. Dibandingkan dengan Sistim

Perbankan Islam, sistim perbankan berbasis bunga memiliki beberapa kelemahan sebagai berikut :

1. Transaksi berbasis bunga melanggar keadilan atau kewajaran bisnis. Dalam bisnis, hasil dari setiap perusahaan selalu tidak pasti. Peminjam sudah berkewajiban untuk membayar tingkat bunga yang disetujui walaupun dia rugi pada perusahaannya. Meskipun perusahaan untung, bisa jadi bunga yang harus dibayarkan melebihi keuntungannya. Hal ini jelas melawan atau bertentangan dengan norma keadilan dalam Islam.
2. Tidak fleksibelnya sistim transaksi berbasis bunga menyebabkan kebangkrutan. Hal ini menyebabkan hilangnya potensi produktif masyarakat secara keseluruhan, sejalan dengan pengangguran sebagian besar orang. Lebih dari itu beban hutang membuat kesulitan yang menghimpit usaha pemulihan ekonomi, membawa penderitaan lebih lanjut bagi seluruh masyarakat.
3. Komitmen bank untuk menjaga keamanan uang deposan berikut bunganya membuat bank cemas untuk mengembalikan pokok dan bunga mereka. Oleh sebab itu, untuk keamanannya, mereka hanya mau meminjamkan dana mereka kepada bisnis yang sudah benar-benar mapan atau kepada orang yang sanggup memberikan jaminan bagi keamanan pinjamannya. Sisa uangnya disimpan dalam bentuk surat berharga Pemerintah. Jadi, semakin banyak pinjaman yang hanya diberikan kepada usaha yang sudah mapan dan sukses, sementara orang yang punya potensi tertahan untuk memulai usahanya. Hal ini

menyebabkan tidak seimbangnya pendapatan dan kesejahteraan, juga bertentangan dengan semangat Islam.

4. Sistim transaksi berbasis bunga menghalangi munculnya inovasi oleh usaha kecil. Usaha besar dapat mengambil resiko untuk mencoba teknik dan produk baru karena mereka punya cadangan dana sebagai sandaran bila ternyata ide barunya itu tidak berhasil. Kebalikannya, usaha kecil tidak dapat mencoba ide baru karena untuk itu mereka harus pinjam dana berbunga dari bank. Bila gagal, tidak ada jalan lain bagi mereka kecuali harus membayar kembali pinjaman berikut bunganya dan bankrut. Hal ini berlangsung terutama bagi para petani. Jadi bunga merupakan rintangan bagi pertumbuhan dan juga memperburuk keseimbangan pendapatan.
5. Dalam sistim bunga, bank tidak akan tertarik dalam kemitraan usaha kecuali bila ada jaminan kepastian pengembalian modal dan pendapatan bunga mereka. Setiap rencana bisnis yang diajukan kepada mereka selalu diukur dengan kriteria ini. Jadi, bank yang bekerja dengan sistim ini tidak mempunyai insentif untuk membantu suatu usaha yang berguna bagi masyarakat dan para pekerja. Sistim ini menyebabkan *mis-allocation* sumber daya sebagaimana menjadi kepedulian masyarakat Islam.

2.3. Pengembangan Sistem Perbangkan Syariah

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka dual-banking system atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariatif, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinimati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Dalam konteks pengelolaan perekonomian makro, meluasnya penggunaan berbagai produk dan instrumen keuangan syariah akan dapat merekatkan hubungan antara sektor keuangan dengan sektor riil serta menciptakan harmonisasi di antara kedua sektor tersebut. Semakin

meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah disamping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian kestabilan harga jangka menengah-panjang.

Dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan.

2.4. Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia

Untuk memberikan pedoman bagi stakeholders perbankan syariah dan meletakkan posisi serta cara pandang Bank Indonesia dalam mengembangkan perbankan syariah di Indonesia, selanjutnya Bank Indonesia pada tahun 2002 telah menerbitkan “Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia”. Dalam penyusunannya, berbagai aspek telah dipertimbangkan secara komprehensif, antara lain kondisi aktual industri perbankan syariah nasional beserta perangkat-perangkat terkait,

trend perkembangan industri perbankan syariah di dunia internasional dan perkembangan sistem keuangan syariah nasional yang mulai mewujud, serta tak terlepas dari kerangka sistem keuangan yang bersifat lebih makro seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API) dan Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia (ASKI) maupun international best practices yang dirumuskan lembaga-lembaga keuangan syariah internasional, seperti IFSB (*Islamic Financial Services Board*), AAOIFI dan IIFM.

Pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk memberikan kemaslahatan terbesar bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, maka arah pengembangan perbankan syariah nasional selalu mengacu kepada rencana-rencana strategis lainnya, seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API), Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia (ASKI), serta Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN). Dengan demikian upaya pengembangan perbankan syariah merupakan bagian dan kegiatan yang mendukung pencapaian rencana strategis dalam skala yang lebih besar pada tingkat nasional.

Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia" memuat visi, misi dan sasaran pengembangan perbankan syariah serta sekumpulan inisiatif strategis dengan prioritas yang jelas untuk menjawab tantangan utama dan mencapai sasaran dalam kurun waktu 10 tahun ke depan, yaitu pencapaian pangsa pasar perbankan syariah yang signifikan melalui pendalaman peran perbankan syariah dalam aktivitas keuangan

nasional, regional dan internasional, dalam kondisi mulai terbentuknya integrasi dgn sektor keuangan syariah lainnya.

Dalam jangka pendek, perbankan syariah nasional lebih diarahkan pada pelayanan pasar domestik yang potensinya masih sangat besar. Dengan kata lain, perbankan Syariah nasional harus sanggup untuk menjadi pemain domestik akan tetapi memiliki kualitas layanan dan kinerja yang bertaraf internasional.

Pada akhirnya, sistem perbankan syariah yang ingin diwujudkan oleh Bank Indonesia adalah perbankan syariah yang modern, yang bersifat universal, terbuka bagi seluruh masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Sebuah sistem perbankan yang menghadirkan bentuk-bentuk aplikatif dari konsep ekonomi syariah yang dirumuskan secara bijaksana, dalam konteks kekinian permasalahan yang sedang dihadapi oleh bangsa Indonesia, dan dengan tetap memperhatikan kondisi sosio-kultural di dalam mana bangsa ini menuliskan perjalanan sejarahnya. Hanya dengan cara demikian, maka upaya pengembangan sistem perbankan syariah akan senantiasa dilihat dan diterima oleh segenap masyarakat Indonesia sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan negeri.

2.5. *Grand Strategy* Pengembangan Pasar Perbankan Syariah

Sebagai langkah konkrit upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia, maka Bank Indonesia telah merumuskan sebuah Grand Strategi Pengembangan Pasar Perbankan Syariah, sebagai strategi komprehensif pengembangan pasar yg meliputi aspek-aspek strategis, yaitu:

Penetapan visi 2010 sebagai industri perbankan syariah terkemuka di ASEAN, pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat inklusif dan universal, pemetaan pasar secara lebih akurat, pengembangan produk yang lebih beragam, peningkatan layanan, serta strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank.

Selanjutnya berbagai program konkrit telah dan akan dilakukan sebagai tahap implementasi dari grand strategy pengembangan pasar keuangan perbankan syariah, antara lain adalah sebagai berikut:

Pertama, menerapkan visi baru pengembangan perbankan syariah pada fase I tahun 2008 membangun pemahaman perbankan syariah sebagai Beyond Banking, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.50 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 40%, fase II tahun 2009 menjadikan perbankan syariah Indonesia sebagai perbankan syariah paling atraktif di ASEAN, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.87 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 75%. Fase III tahun 2010 menjadikan perbankan syariah Indonesia sebagai perbankan syariah terkemuka di ASEAN, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.124 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 81%.

Kedua, program pencitraan baru perbankan syariah yang meliputi aspek *positioning, differentiation, dan branding*. *Positioning* baru bank syariah sebagai perbankan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, aspek diferensiasi dengan keunggulan kompetitif dengan produk dan skema yang beragam, transparans, kompeten dalam keuangan dan beretika,

teknologi informasi yang selalu *up-date* dan *user friendly*, serta adanya ahli investasi keuangan syariah yang memadai. Sedangkan pada aspek branding adalah "bank syariah lebih dari sekedar bank atau beyond banking".

Ketiga, program pemetaan baru secara lebih akurat terhadap potensi pasar perbankan syariah yang secara umum mengarahkan pelayanan jasa bank syariah sebagai layanan universal atau bank bagi semua lapisan masyarakat dan semua segmen sesuai dengan strategi masing-masing bank syariah.

Keempat, program pengembangan produk yang diarahkan kepada variasi produk yang beragam yang didukung oleh keunikan value yang ditawarkan (saling menguntungkan) dan dukungan jaringan kantor yang luas dan penggunaan standar nama produk yang mudah dipahami.

Kelima, program peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh SDM yang kompeten dan penyediaan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah serta mampu mengkomunikasikan produk dan jasa bank syariah kepada nasabah secara benar dan jelas, dengan tetap memenuhi prinsip syariah; dan

Keenam, program sosialisasi dan edukasi masyarakat secara lebih luas dan efisien melalui berbagai sarana komunikasi langsung, maupun tidak langsung (media cetak, elektronik, online/web-site), yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang kemanfaatan produk serta jasa perbankan syariah yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

2.6. Kompetitif antar bank syariah

Kompetitif antar bank dan antarbank syariah menjadi semakin ketat dalam berebut pasar. Kesuksesan bank dalam menjaring nasabah sangat bergantung pada bagaimana bank mampu memenuhi hasyarat nasabah yang lebih mementingkan *corporal efficiency* (efisiensi, kecepatan transaksi dan kemampuan manajerial) dan *core banking* (produk yang kompetetitif) daripada sekedar isu keagamaan (Kaynak, Küçükemiroglu & Odabasi, 1991). Padahal, persepsi nasabah bahwa bank syariah lebih religius akan memudahkan bank syariah lebih mudah untuk berkembang (Haque, Osman, & Ismail, 2009).

Royne Stafford (1996) menyatakan bahwa nasabah merupakan unsur penting dalam perjalanan dan kemajuan sebuah bank. Oleh karena itu, bank harus fokus pada bagaimana menarik nasabah. Haron, Ahmad, & Planisek (1994) menyatakan bahwa pilihan bank oleh nasabah muslim dan non muslim tidak memiliki perbedaan kriteria. Namun demikian, kesadaran nasabah Muslim lebih tinggi daripada non Muslim (Amin & Isa, 2008). Memahami keinginan nasabah adalah satu hal penting dalam rangka memenangkan kompetisi perbankan dan agar lebih disukai nasabah (Rose & Marquis, 2006). Hal tersebut perlu diperhatikan karena bank tidak hanya berkompetisi dengan bank lain tapi juga lembaga keuangan lain selain bank (Cohen, Gan, Hwa, & Chong, (2006). Rashid, Hassan, & Ahmad, (2009) menyatakan bahwa bank syariah harus bekerja keras terutama bagaimana mengintegrasikan spirit Islam dalam operasional mereka serta mewujudkan

tata kelola yang baik (*good governance*) dalam pengelolaan manajemen dan keuangannya.

Kompetisi antar bank syariah dan antara bank syariah dengan bank konvensional menuntut kinerja yang maksimal dari masing-masing manajemen untuk mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru sebanyak-banyaknya. Kehilangan nasabah akan merugikan *marketshare* dan profit bank itu sendiri (Colgate & Hedge, 2001). Oleh karena itu, bank syariah harus dapat memahami karateristik dan kebutuhan nasabahnya. Kesusksesan bank syariah tergantung pada bagaimana bank dapat memahami kebutuhan nasabah melalui data demografi mereka (umur, penghasilan, pendidikan, dan lain-lain) sehingga bank syariah dapat menyusun dan mengambil keputusan yang efektif atas manajemen dan produk yang mereka luncurkan (Metawa & Almossawi, 1998).

2.7. Pentingnya Investasi

Pertumbuhaan ekonomi suatu negara tidak bisa lepas dari kebijakan investasi yang ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan. Dampak dari adanya investasi sangat luas, diantaranya adalah penyerapan tenaga kerja, peningkatan output yang dihasilkan yang berarti juga meningkatnya Produk Domestik Bruto (PDB), meningkatnya pendapatan perkapita, serta meningkatnya devisa negara. Oleh karena itu pemerintah suatu negara tentu akan menetapkan kebijakan investasi yang bisa menarik calon investor lebih banyak lagi; bahkan jika dirasa investasi dalam negeri

kurang mencukupi, maka pemerintah juga akan berusaha menarik investor asing agar bersedia menanamkan modalnya di dalam negeri.

Dalam konteks daerah Kota/Kabupaten, peningkatan pertumbuhan ekonomi juga akan selalu diupayakan, diantaranya melalui kebijakan investasi. Kebijakan investasi di daerah tentu harus dirancang agar bisa menarik para investor untuk menanamkan modalnya, sehingga perekonomian daerah bisa tumbuh dan berkembang semakin baik, pendapatan daerah atau Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) meningkat, penyerapan tenaga kerja meningkat, dan pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tentu saja untuk mendorong peningkatan investasi perlu dipersiapkan berbagai hal yang terkait dengan kebijakan investasi itu seendiri, seperti infrastruktur, sarana-prasarana, regulasi, dan iklim usaha yang kondusif. Dengan demikian calon investor akan merasa aman dan nyaman berinvestasi di daerah. Selain itu pemerintah daerah juga harus melakukan pemetaan potensi ekonomi daerah yang layak menjadi tujuan atau sasaran investasi, serta mempromosikannya kepada calon investor, termasuk memberikan informasi tentang kelayakan investasi pada suatu sektor ekonomi tertentu melalui penyusunan Studi Kelayakan Bisnis.

2.8. Pengertian dan Manfaat Studi Kelayakan Bisnis (*Feasibility Study*)

Ketika seseorang atau sekelompok orang hendak menginvestasikan dana untuk membangun sebuah bisnis, seringkali ada beberapa hal yang

menjadi bahan pertimbangan. Pertimbangan utama dalam membangun sebuah bisnis pastinya menyangkut pada profit. Pertanyaan yang akan muncul dalam proses pertimbangan tersebut biasanya berkutat pada apakah bisnis yang tengah dirintis dan dikembangkan akan menguntungkan atau tidak. Bila menguntungkan, apakah keuntungan tersebut akan berpotensi untuk terus bertambah ataukah hanya akan *stagnant*?. Untuk mengetahui jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut, dibutuhkan sebuah penelitian yang ditinjau dari berbagai aspek. Penelitian tersebut nantinya dapat menjadi dasar dari pertimbangan-pertimbangan pelaku usaha (investor) untuk menilik apakah sebuah bisnis layak untuk dikerjakan, ditunda, atau bahkan dibatalkan. Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan sebuah bisnis dinamakan studi kelayakan bisnis.

Studi kelayakan bisnis (*Feasibility Study*)adalah suatu penelitian untuk menilai tentang kelayakan suatu investasi yang ditanamkan pada sebuah usaha/proyek/bisnisuntuk dilaksanakan dengan berhasil. Dengan membuat suatu penilaian terlebih dahulu sebelum melakukan investasi yang kemudian dituangkan dalam suatu laporan secara tertulis, manfaat yang bisa diperoleh hasil laporan studi kelayakan bisnis ini bisa digunakan sebagai pedoman/alat untuk mengetahui sampai sejauh mana kegiatan investasi telah dilakukan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003), Studi Kelayakan Bisnis merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau

tidaknya suatu bisnis dijalankan. Hasil dari Studi Kelayakan Bisnis bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan. Sedangkan menurut Sutrisno (1982), Studi Kelayakan Bisnis merupakan studi atau pengkajian apakah suatu usulan proyek/gagasan usaha apabila dilaksanakan dapat berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuannya atau tidak.

Beberapa manfaat yang bisa diperoleh dengan dilakukannya studi kelayakan bisnis diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Menghindari resiko kerugian.

   Studi kelayakan bisnis bermanfaat untuk membantu pelaku usaha menghindari resiko kerugian. Jika pelaku usaha melewatkan studi kelayakan bisnis dalam perencanaan bisnisnya, ia akan kesulitan untuk mengetahui apakah usaha tersebut dapat mendatangkan keuntungan atau justru kerugian untuknya. Dengan adanya studi kelayakan bisnis, pelaku usaha dapat menghindari resiko kerugian dengan langkah menunda atau membatalkan rencana usaha yang mendapatkan penilaian tidak layak dalam studi kelayakan bisnis.

2. Memudahkan perencanaan usaha.

   Studi kelayakan bisnis dapat membantu pelaku usaha untuk menyusun rencana kegiatan bagi perusahaan. Studi kelayakan bisnis yang telah dilakukan sebelum usaha dibangun/dilaksanakan akan memudahkan

pelaku usaha menentukan program perusahaan seperti apa yang dapat mendatangkan benefit lebih bagi perusahaan.

3. Memudahkan pelaksanaan usaha.

   Studi kelayakan bisnis akan berguna untuk membantu pelaku usaha merealisasikan program-program perusahaan. Pelaku bisnis dapat mengevaluasi kebijakan apa yang sekiranya akan memberikan keuntungan dan kebijakan apa yang justru akan menimbulkan kerugian.

4. Memudahkan pengawasan.

   Studi kelayakan bisnis memiliki banyak aspek untuk diteliti. Laporan dari berbagai aspek yang diteliti dalam studi kelayakan bisnis ini nantinya akan memudahkan pelaku usaha untuk melakukan pengawasan pada perusahaannya. Studi kelayakan bisnis juga memudahkan pelaku pengawasan untuk memberikan data jika sewaktu-waktu dilaksanakan audit, baik secara internal maupun eksternal.

5. Memudahkan pengendalian.

   Studi kelayakan bisnis berguna pula untuk memudahkan proses pengendalian dalam perusahaan. Jika sewaktu-waktu terjadi gangguan, pelaku usaha dapat dengan cepat menentukan aspek mana yang menjadi pusat dari kekacauan tersebut. Selanjutnya, pelaku usaha dapat dengan cepat pula mengendalikan masalah yang muncul dengan mencari solusi berdasarkan studi kelayakan bisnis yang telah dilakukan sebelumnya.

2.9. Ruang Lingkup Studi kelayakan Bisnis

2.9.1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Beberapa aspek pasar yang perlu dicermati dalam menyusun studi kelayakan usaha diantaranya adalah permintaan pasar (banyaknya konsumen potensial), tingkat daya beli konsumen, perilaku konsumen, preferensi atau pilihan konsumen, dan tingkat persaingan yang ada. Sedangkan aspek pemasaran meliputi program strategi bauran pemasaran (*marketing mix*), siklus hidup produk, perkiraan penjualan, dan tingkat *market share* yang bisa diharapkan.

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain, artinya pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi, dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. Pemasaran secara konvensional berbeda dengan pemasaran syariah. Jika pemasaran konvensional mengabaikan nlai-nilai religius, maka salah satu ciri khas pemasaran syariah yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional adalah sifat yang religius. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok ke dalam perbuatan yang dapat merugikan ke orang lain.

Perpektif pemasaran dalam Islam adalah ekonomi rabbani, realistis, humanis dan keseimbangan. Inilah yang membedakan sistem ekonomi Islam

dengan sistem ekonomi konvensional. Pemasaran menurut Islam memiliki nilai dan karakteristik yang menarik. Pemasaran syariah meyakini, perbuatan seseorang akan dimintai pertanggung-jawabannya kelak. Selain itu, pemasaran syariah mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, pemasaran syari'âh menjadi penting bagi para tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar.

Konsep marketing mix merupakan salah satu konsep dalam pemasaran modern pada saat sekarang ini. Dimana konsep tersebut adalah salah satu kegiatan pemasaran yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mengejar maksimum profit. Dalam hal ini Swastha (1985 : 94) memberikan pengertian marketing mix adalah empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.

Lingkungan Pemasaran, Faktor Internal dan Eksternal Sebuah "pemasaran lingkungan" adalah faktor yang mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran proses untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan target pasarnya. Lingkungan pemasaran terdiri dari faktor internal dan eksternal.Sebuah lingkungan pemasaran internal terdiri dari faktor langsung yang mempengaruhi kemampuan bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Faktor-faktor yang meliputi struktur perusahaan, pemasok, perantara pemasaran, pasar pelanggan, pesaing dan masyarakat. Lingkungan pemasaran eksternal memiliki faktor-faktor besar yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan

keinginan target pasarnya. Faktor-faktor ini meliputi demografi, ekonomi, alam teknologi, kekuatan hukum / politik dan budaya.

Berkaitan dengan bauran pemasaran konvensional, maka penerapan dalam syariah akan merujuk pada konsep dasar kaidah fiqih yakni "*Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun 'ala tahrimiha*" yang berarti bahwa pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya (Kartajaya dan Sula, 2008: 27). Berikut adalah*marketing mix* dalam perspektif syariah, yakni:

1. Produk

Kotler dan Keller mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan (2009: 358). Namun, jika ditinjau dari perspektif syariah, Islam memiliki batasan tertentu yang lebih spesifik mengenai definisi produk. Menurut Al Muslih (2004, 331-386), ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk;

a. produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/ takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/ kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik,
b. produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal dan
c. dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan. *"Jika barang itu rusak katakanlah rusak, jangan engkau sembunyikan. Jika barang itu murah, jangan engkau katakan mahal. Jika barang ini jelek katakanlah jelek, jangan engkau katakan bagus"*. (HR. Tirmidzi).

Pernyataan lebih tegas disebutkan dalam Al Quran Surat Al Muthaffifiin (1-3) "*Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi*".

2. Harga

Definisi harga menurut Kotler (1995) adalah Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Kotler dan Keller (2009: 63) mengklasifikasikan harga meliputi daftar harga diskon, periode pembayaran, dan syarat kredit. Menurut Yusanto dan Widjajakusuma (2002: 170) terhadap pelanggan, harga akan disajikan secara kompetitif. Senada dengan pendapat itu, Arifin (2009: 107) menjelaskan bahwa harga harus benar-benar kompetitif, antara pebisnis satu dengan yang lainnya. Islam sependapat dengan penentuan harga yang kompetitif.

Namun dalam menentukan harga tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pebisnis lainnya. Islam tentu memperbolehkan pedagang untuk mengambil keuntungan. Karena hakekat dari berdagang adalah untuk mencari keuntungan. Namun, untuk mengambil keuntungan tersebut janganlah berlebih-lebihan (Ghazali, 1983: 308). Karena, jika harga yang

ditetapkan adalah harga wajar, maka pedagang tersebut pasti akan unggul dalam kuantitas. Dengan kata lain, mendapat banyak keuntungan dari banyaknya jumlah barang yang terjual, dan tampak nyatalah keberkahan rizkinya (Ghazali, 1983: 309). Dalam proses penentuan harga, Islam juga memandang bahwa harga haruslah disesuaikan dengan kondisi barang yang dijual. Nabi Muhammad SAW pernah marah saat melihat seorang pedagang menyembunyikan jagung basah di bawah jagung kering, kemudian si pedagang menjualnya dengan harga tinggi (Ghazali, 1983: 298). Dalam sebuah hadits beliau mengatakan: *"Mengapa tidak engkau letakkan yang kebasahan itu diatas bahan makanan itu, sehingga orang-orang dapat mengetahui keadaannya. Barang siapa menipu, maka ia bukanlah masuk golongan kita"* (HR. Muslim).

3. Promosi

Menurut Kotler (1995) yang dimaksud dengan promosi adalah:sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung-tentang produk dan merek yang mereka jual (Kotler dan Keller, 2007: 204). Salah satu tujuan promosi dalam periklanan adalah untuk memberitahukan atau mendidik konsumen (Abdullah dan Ahmad, 2010). Tujuan promosi lain menurut Kotler dan Amstrong (2004) adalah menginformasikan keadaan terkini kepada konsumen potensial tentang keberadaan produk atau jasa, untuk mengajak konsumen merubah perilaku mereka dalam percobaan produk atau pembelian, untuk mengembangkan sikap baik terhadap produk,

merek atau perusahaan dan untuk mengingatkan konsumen tentang keunggulan produk.

Pemasar perlu mempertimbangkan beberapa faktor dalam menciptakan dan mengantarkan pesan yang efektif (Haque et al: 2010). Faktor-faktor ini meliputi, pembatasan tipe media yang digunakan, kemampuan untuk mempromosikan produk-produk tertentu, citra periklanan, grup sosial dan aturan pemerintah (Waller dan Fam: 2000). Setiap pesan yang disampaikan dalam promosi akan menawarkan dua hal, yaitu alasan untuk membeli (melalui iklan) dan insentif untuk membeli (melalui promosi penjualan). Dalam pemasaran konvensional, promosi tidak bersinggungan secara langsung pada nilai-nilai religius yang mengatur setiap proses dalam promosi sesuai dengan aturan-aturan agama Islam. Kavoossi dan Frank (1990) meneliti perilaku berlebihan dalam membuat pernyataan dalam periklanan di Amerika. Mereka mencatat penekanannya ada pada keawetan produk, kualitas dan berbagai hal yang berkaitan dengan barang yang ditawarkan dan penjual.

Semua pesan dalam periklanan yang mengikuti ajaran Islam akan menyebarkan moral yang baik, seperti wanita dengan perilaku dan pakaian yang pantas, yang mengasumsikan pesan tersebut berperan sebagai kontribusi positif untuk keluarga dan masyarakat secara keseluruhan, melawan kebiasaan wanita sebagai objek hasrat seksual. Pemasar atau produser periklanan di dunia muslim akan mendapat*benefit* dengan meningkatkan dan memahami nilai-nilai muslim (Rice dan Al-Mossawi,

2002). Dengan demikian, calon pembeli muslim akan merasakan keterkaitan secara emosional. Calon pembeli non-muslim pun mungkin akan merasa lebih yakin dengan produk tersebut karena adanya nilai universal yang baik dan berlaku umum yang dapat ditunjukkan Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamin*.

Pemasaran dalam tinjauan syariah menyandarkan pedoman etikanya pada nilai-nilai Islami yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadits. Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan *sharia compliance*yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Untuk itu promosi yang semacam tersebut sangat dilarang dalam Islam (Kartajaya dan Sula, 2008: 178).

4. Tempat/distribusi

Definisi menurut Kotler (1995) mengenai distribusi adalah Berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran. Kotler dan Keller (2009: 63) mengatakan distribusi meliputi jenis hubungan, perantara, penyimpanan, lokasi, dan transportasi. Seorang pebisnis muslim tidak akan melakukan tindakan kedzaliman terhadap pesaing lain, suap untuk melicinkan saluran

pasarannya,dan*machevialis*tindakan lainnya (Yusanto dan Widjajakusuma, 2002: 170). Dalam menentukan *place* atau saluran distribusi, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga pada intinya, dalam menentukan *marketing-mix* harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran. Yusanto dan Widjajakusuma (2002: 21) berpendapat perbedaan antara bisnis Islami dan non-Islami terletak pada aturan halal dan haram, sehingga harus terdapat kehati-hatian dalam menjalankan strategi.

5. *People* / Orang

Sumber Daya Manusia (SDM) dari Perbankan Syariah itu sendiri, baik secara langsung maupun tidak langsung yang akan berhubungan dengan nasabah (customer), SDM ini sendiri juga akan sangat berkorelasi dengan tingkat kepuasan para pelanggan Perbankan Syariah.SDM yang dimiliki oleh Perbankan Syariah saat ini masih dirasakan kurang, baik dari segi jumlah maupun dari sisi pengetahuan yang memadai terhadap produk Perbankan Syariah yang ditawarkan kepada nasabah.

Menempatkan SDM pada tempat yang sesuai dengan kapasitasnya (the right man on the right place), memang memerlukan sebuah strategi manajemen SDM yang cukup baik, karena jika strategi yang diimplementasikan keliru, maka akan berakibat fatal terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara jangka panjang.

6. *Process*/ Proses

Proses saat ini merupakan salah satu unsur tambahan Marketing Mix yang cukup mendapat perhatian serius dalam perkembangan ilmu Marketing. Dalam Perbankan Syariah, bagaimana proses atau mekanisme, mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan Perbankan Syariah yang efektif dan efisien, perlu dikembangkan dan ditingkatkan.

Proses ini akan menjadi salah satu bagian yang sangat penting bagi perkembangan Perbankan Syariah agar dapat menghasilkan produk berupa jasa yang prosesnya bisa berjalan efektif dan efisien, selain itu tentunya juga bisa diterima dengan baik oleh nasabah Perbankan Syariah.

7. *Phisical Evidence*/ Bukti Fisik

Produk berupa pelayanan jasa Perbankan Syariah merupakan sesuatu hal yang bersifat in-tangible atau tidak dapat diukur secara pasti seperti halnya pada sebuah produk yang berbentuk barang. Jasa Perbankan Syariah lebih mengarah kepada rasa atau semacam testimonial dari orang-orang yang pernah menggunakan jasa Perbankan Syariah.

2.9.2. Aspek teknis dan Teknologi

Ada beberapa tujuan yang dikehendaki dari pendirian BPR Syariah di dalam perekonomian, yaitu sebagai berikut:

a. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan.

b. Menambah lapangan kerja, terutama ditingkat kecamatan sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.

c. Membina semangat *ukhuwah islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadai. 7

d. Untuk mempercepat perputaran aktivitas perekonomian karena sektor *real* akan bergairah. 8 Dalam aktivitas operasional perbankannya berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008,

Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh BPR Syariah versi Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah diatur dalam Pasal 21, yaitu bahwa kegiatan usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah meliputi: :

a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
   1) Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah; dan
   2) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah.

b. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
   1) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah.*
   2) Pembiayaan berdasarkan akad *murabahah, salam*, atau *istishna'*.

3) Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*.

4) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk *ijarahmuntahiya bittamlik*; dan

5) Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*.

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

d. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Umum Syariah , Bank Umum Konvensional dan UUS.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) harus secara konsisten tidak melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dalam UU No. 21 Tahun 2008, yaitu:

a. Melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip Syari'ah.

b. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.

c. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, kecuali penukaran uang asing dengan izin Bank Indonesia.

d. Melakukan kegiatan usaha perasuransian, kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi Syariah.

e. Melakukan penyertaan modal, kecuali pada lembaga yang dibentuk untuk menanggulangi kesulitan likuiditas Bank Pemiayaan Rakyat Syariah.

f. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha yang telah diatur dalam Undang-Undang.

2.9.3. Aspek Manajemen

Aspek manajemen menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan organisasi yang akan melaksanakan usaha, kepemilikan, struktur organisasi, deskripsi dan spesifikasi, dan *team work*. Manajemen operasional merupakan suatu fungsi atau kegiatan manajemen yang meliputi perencanaan, organisasi, staffing, koordinasi, pengarahan dan pengawasan terhadap operasi perusahaan (Umar, 2003).

Menurut Husnan dan Muhammad (2000), analisis manajemen operasional meliputi deskripsi pekerjaan yang akan dilakukan, persyaratan untuk melakukan pekerjaan tersebut dan struktur organisasi perusahaan. Aspek manajemen operasional juga perlu mengkaji mengenai legalitas atau apek yuridis dari suatu perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk meyakini, apakah secara yuridis perencanaan usaha yang telah dibuat dinyatakan layak atau tidak layak dihadapan pihak yang berwajib dan masyarakat (Umar, 2003).

2.9.4. Aspek Hukum

Aspek hukum menjadi salah satu aspek yang sangat penting agar suatu usaha bisa dilaksanakan dengan aman dan tenang. Hal-hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha diantaranya adalah masalah perijinan (SIUP, TDP, NPWP dan sebagainya), serta regulasi/peraturan lain yang terkait dengan kegiatan usaha yang dilakukan.

Aspek hukum digunakan untuk melihat kelayakan suatu usaha berdasarkan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku. Jika suatu rencana bisnis yang tidak layak tetap direalisasikan, bisnis berisiko besar akan dihentikan oleh pihak yang berwajib atau protes masyarakat (Umar, 2009). Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. Penelitian pada aspek hukum ini sangat penting dilakukan mengingat sebelum usaha tersebut dijalankan, maka segala prosedur yang yang berkaitan dengan izin usaha atau berbagai persyaratan harus terpenuhi terlebih dahulu (Kasmir dan Jakfar, 2003)

Aspek Hukum tentang perbankan Syariah diatur dalam Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syari'ah. Undang-Undag ini telah mengatur secara khusus eksistensi Bank Syari'ah di Indonesia. Undang-Undang tersebut melengkapi dan menyempurnakan UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang belum spesifik sehingga perlu diatur khusus dalam Undang-Undang tersendiri. Menurut Pasal 18 UU No. 21 Tahun 2008, Bank

Syariah terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Ketentuan Umum disebutkan pengertian dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah Bank Syariah yang dalam kegiatanya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Ahmad Ifham,2010).

Sedangkan Pasal 2 UU No. 21 Tahun 2008 dijelaskan bahwa Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.

Ada beberapa tujuan yang dikehendaki dari pendirian BPR Syariah di dalam perekonomian, yaitu sebagai berikut:

a. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan.
b. Menambah lapangan kerja, terutama ditingkat kecamatan sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.
c. Membina semangat *ukhuwah islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadai. 7
d. Untuk mempercepat perputaran aktivitas perekonomian karena sektor *real* akan bergairah. 8 Dalam aktivitas operasional perbankannya berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008,
e. Dukungan Pemerintah terhadap Perbankan Syariah dituangkan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 64 /Pojk.03/2016 Tentang

Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa pertimbangan peralihan perbankan konvensional ke perbankan syariah adalah dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi nasional secara berkesinambungan. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa dalam rangka memperkuat perbankan serta meningkatkan daya saing khususnya bagi perbankan syariah, perlu berbagai upaya yang harus dilakukan antara lain melalui penguatan permodalan, penataan kepemilikan, peningkatan kualitas pengurus, dan peningkatan layanan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah;

2.9.5. Aspek Lingkungan

Keberadaan bisnis dapat berpengaruh terhadap lingkungan, baik lingkungan masyarakat maupun lingkungan ekologi tempat bisnis yang akan dijalankan.Suatu bisnis dapat menimbulkan berbagai aktivitas sehingga menimbulkan dampak bagi lingkungan disekitar lokasi bisnis. Perubahan kehidupan masyarakat sebagai akibat dari adanya aktivitas bisnis dapat berupa semakin ramainya lokasi disekitar lokasi bisnis, timbulnya kerawanan sosial, timbulnya penyakit masyarakat, juga perubahan gaya hidup sebagai akibat masuknya tenaga kerja dari luar daerah.

Analisis aspek lingkungan dilakukan untuk menjawab “apakah lingkungan setempat sesuai dengan ide bisnis yang akan dijalankan dan apakah manfaat bisnis bagi lingkungan lebih besar dibandingkan dampak negatifnya?’. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut

mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya di wilayah tersebut.Aspek lingkungan dalam studi kelayakan bertujuan untuk:

1. Menganalisis kondisi lingkungan operasional
2. Menganalisis kondisi lingkungan industri
3. Menganalisis lingkungan ekonomi
4. Menganalisis dampak positif maupun negatif bisnis terhadap lingkungan
5. Menganalis usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk meminimalkan dampak negatif bisnis terhadap lingkungan

2.9.6. Aspek keuangan

Aspek keuangan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan dan sumber dana yang dibutuhkan untuk melaksanakan usaha, serta proyeksi laporan keuangan (neraca, laba-rugi, dan *cash flow*).Menurut Sartono (2011), metode penilaian *capital budgeting* meliputi :

1. *Payback Period* (PP)

Payback Period adalah Waktu yang dibutuhkan atas suatu investasi yangmenghasilkan *cash flow* yg dapat menutupi biaya investasi yang telah dikeluarkan.Sebuah investasi diterima/layak jika *payback period* lebih rendah daripada waktuyang dipersyaratkan.Menurut Sofyan (2002: 19), teknik ini digunakan untuk menentukan berapa lamamodal yang ditanamkan dalam usaha itu akan kembali jika alternatif aliran kas (CF)yang didapat dari usaha yang diusulkan itu akan kembali, makaalternatrif usulanusaha yang memberikanmasa yang terpendekadalah yang terbaik.Menurut Kasmir dan

Jakfar (2004: 155), Perhitungan didapat dari perhitungan nilaikas bersih (*proceed*) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakanpenjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatanjika investasi 100% menggunakan modal sendiri) Rumus yang digunakan dalamperhitungan *payback period* adalah sebagai berikut:

$$PaybackPeriod = \frac{\text{Initial Investment}}{\text{Proceed}} x\,1\text{ tahun}$$

Dimana :

Initial Investment : Total Investasi yang dikeluarkan

Proceed : Aliran kas masuk bersih

2. *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value mengukur berapa nilai yang dihasilkan saat ini seandainyamenanamkan sebuah investasi. NPV juga merupakan perbedaan di antara nilaipasar investasi dan biaya yang dikeluarkannya. *Discounted cash flow valuation*adalah proses penilaian investasi melalui tingkat diskonto *cash flow* pada masadatang. Untuk mengintepretasikan kelayakan suatu usaha dapat dilihat dari hasilperhitungan NPV. Jika nilai NPV positif maka investasi layak dilakukan, sebaliknya jikanegatif maka investasi ditolak atau tidak layak.

Menurut Sofyan (2002: 180), NPV adalah nilai neto sekarang dari dana yangdiinvestasikan selama umur proyek. NPV mencerminkan besarnya tingkatpengembalian dari usulan usaha atau proyek, oleh karena itu usulan proyek yanglayak diterima haruslah memiliki nilai NPV > 0, jika

tidak maka proyek itu akanmerugi. Rumus yang digunakan dalam NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = -Initial\,\text{Investment}_0 + \sum_{t=1}^{n} \frac{\text{Pr}oceed_t}{(1+r)^t}$$

Dimana :

Initial Investment	:	Total Investasi yang dikeluarkan
Proceed	:	Aliran kas masuk bersih
r	:	Tingkat bunga/biaya modal
t	:	PeriodeInvestasi

Kriteria untuk menerima dan menolak rencana investasi dengan metode NPVadalah sebagai berikut:

- Apabila NPV > 0, maka usulan proyek diterima,
- Apabila NPV < 0, maka usulan proyek ditolak, dan
- Apabila NPV = 0, Kemungkinan proyek akan diterima atau nilai perusahaan tetap walaupun usulan proyek diterima atau ditolak.

3. *Internal Rate of Return*(IRR)

Internal rate of return (IRR) merupakan tingkat diskonto yang menyebabkan NPVinvestasi sama dengan nol. IRR dapat juga dianggap sebagai tingkat keuntunganatas investasi bersih dari suatu usaha, sepanjang setiap benefit bersih diperolehsecara otomatis ditanamkan kembali pada tahun berikutnya dan mendapatkantingkat keuntunganyang sama dan diberibunga selama

sisaumurusaha.SebuahinvestasilayakjikanilaiIRRmelebihi tingkat return yang dipersyaratkan. IRR dapat menggambarkan besarnya suku bunga tingkat pengembalian atasmodal yang diinvestasikan. Dalam kriteria investasi IRR harus lebih besar dari OCCatau *opportunity cost of capital* agar rencana atau usulan investasi dapat layakdilaksanakan (Sofyan 2002: 178). Rumus yang digunakan untuk IRR adalah sebagaiberikut:

$$IRR = Initial\,\text{Investment}_0 = \sum_{t=1}^{n} \frac{\text{Pr}\,oceed_t}{(1+r)^t}$$

Dimana :

Initial Investment	:	Total Investasi yang dikeluarkan
Proceed	:	Aliran kas masuk bersih
r	:	Tingkat bunga/biaya modal
t	:	PeriodeInvestasi

2.9.7. Aspek Ekonomi dan Sosial

Pelaksanaan suatu usaha juga harus memperhatikan aspek ekonomi dan social yang ditimbulkan dari pelaksanaan usaha. Dasi sudut ekonomi, apakah pelaksanaan usaha akan memberi dampak bagi peningkatan pendapatan perkapita masyarakat setempat, peningkatan pendapatan nasional, dan upah tenaga kerja (UMK). Sedangkan dari aspek sosial, apakah pelaksanaan usaha bisa mempengaruhi kehidupan masyarakat, keterkaitannya dengan masalah budaya, transportasi,dan komunikasi.

BAB III

ASPEK NON FINANSIAL

3.1. Aspek Visi dan Religiusitas Kota Pekalongan

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Pekalongan Tahun 2016-2021 memuat Visi Kota Pekalongan yang berbunyi **"Terwujudnya Kota Pekalongan yang lebih sejahtera, mandiri, dan berbudayaberlandaskan nilai-nilai religiusitas" Dengan misi sebagai berikut:**

1. Meningkatkan akses dan mutu pendidikan masyarakat Kota Pekalongan
2. Meningkatkan Kualitas pelayanan publik untuk sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat
3. Memberdayakan ekonomi rakyat berbasis potensi lokal berdasarkan prinsip pembangunan yang berkelanjutan
4. Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas sarana dan prasarana perkotaan yang ramah lingkungan.
5. Mengembangkan IT (Informasi Teknologi) berbasis komunitas
6. Melestarikan budaya dan kearifan lokal serta mengembangkan tata kehidupan bermasyarakat yang berakhlaqul karimah.

Visi dan misi Kota Pekalongan yang meletakkan landasan nilai-nilai religiusitas tersebut di atas merupakan manivestasi kesadaran Pemerintah dan masyarakat Kota Pekalongan bahwa hidup dan kehidupan yang dijalani tidak terlepas dari kuasa dan kehendak Allah SWT, Tuhan

Yang Maha Esa. Oleh karena itu, setiap usaha yang dilakukan dalam rangka mewujudkan kehidupan masyarakat yang sejahtera, mandiri dan berbudaya, senantiasa dibarengi dengan nilai-nilai keimanan dari setiap individu masyarakat sesuai dengan agama yang dipeluknya. Pemerintah dan Masyarakat Kota Pekalongan memberikan kesempatan dan kebebasan kepada umatnya untuk melaksanakan kegiatan peribadatan, melaksanakan kegiatan-kegiatan peringatan hari besar agama, melakukan berbagai upaya untuk memperkuat pemahaman dan pengamalan nilai-nilai agama dari generasi ke generasi, menjalin hubungan yang harmonis antar umat berbagai agama. Dengan demikian, akan terbangun keseimbangan antara kemampuan umat beragama dalam berupaya meningkatkan kesejahteraan hidupnya dengan penyadaran diri sebagai makhluk Sang Pencipta yang tidak memiliki kekuasaan apapun selain atas kehendak-Nya. Sehingga masyarakat yang tercipta adalah masyarakat yang benar-benar memiliki kesejahteraan lahir dan batin

Kota Pekalongan dalam meletakkan landasan nilai-nilai religiusitas dalam membangun Kota Pekalongan yang lebih sejahtera, mandiri dan berbudaya, dasar pemikirannya tidak dapat dipisahkan dari mayoritas penduduk Kota Pekalongan yang beragama islam. Penduduk Kota Pekalongan pada tahun 2016 berjumlah **299.222 orang, dan 288.059 orang diataranya atau sebesar 96,27%** beragama islam. Karena mayoritas penduduknya memeluk agama IslamKota Pekalongan juga terkenal dengan nuansa religiusnya sangat tinggi, indikatornya adalah dengan banyaknya

jumlah pondok pesantren yang ada yakni 44 buah dengan jumlah santri mencapai 4.706 orang. Berikut adalah data yang menjelaskan jumlah pemeluk agama di Kota Pekalongan:

Tabel. 3.1. Jumlah Penduduk Kota Pekalongan

Menurut Pemeluk Agama Tahun 2016

No	Kecamatan	Islam	Protestan	Katholik	Hindu	Budha	Lainnya
1	Pekalongan Barat	90.117	1.828	1.199	25	335	16
2	Pekalongan Timur	61.623	1.607	1.058	18	615	36
3	Pekalongan Selatan	60.324	95	33	0	16	6
4	Pekalongan Utara	75.995	2.130	1.565	15	547	20
	Jumlah	288.059	5.660	3.855	58	1.513	78

Sumber: BPS, Pekalongan Dalam Angka Tahun 2017

Menurut persepsi sebagian orang Pekalongan pada masa lalu terdapat dua jenis pekerjaan yang harus dihindari, yaitu bekerja di pajak dan bekerja di bank. Karena keduanya deket dengan ” Riba” terutama penerapan suku bunga oleh perbankan konvensional. Meskipun masih *debatcable,* banyak diantara Penduduk Kota Pekalongan masih meyakini bahwa penerapan suku bunga oleh perbankan konvensional hukumnya “riba”.Jumlah dan pandangan umat Islam Kota Pekalongan terhadap suku bunga perbankan yang dinilai “Riba” ini menjadi pasar sasaran yang potensial bagi pelaksanaan perbankan syariah di Kota Pekalongan. Persepsi masyarakat pekalongan yang dimikian juga masih dirasakan hingga sekarang.

Dari penjelasan di atas sudah mengisyaratkan bahwa budaya yang selama ini berlaku di Kota Pekalongan merupakan budaya yang dijiwai dengan nilai-nilai kesyari'atan. Dengan demikian Kota Pekalongan dengan budaya religuisitasnya akan pasar dengan prospek market share yang sangat besar bagi tumbuh dan berkembangnya perbankan syari'ah. Kondisi budaya ini selajutnya didukung oleh regulasi, sistem dan nasabah yang memiliki ideologis agama dan rasional di Kota Pekalongan. Maka adalah sesuatu yang wajar apabila PD BPR Bank Pekalongan yang merupakan BUMD Kota Pekalongan akan meluaskan pasar dengan mengkonversi pengelolaannya ke bank syari'ah atau membuka unit layanan syariah.

Sebagai gambaran performance Bank Umum Syariah di Karesidenan Pekalongan menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal tersebut tercermin dari pertumbuhan aset yang tumbuh lebih tinggi dari pada periode sebelumnya. Laju pertumbuhan aset tercatat sebesar 47, 59 % (yoy), dari Rp. 2,01 triliun menjadi Rp. 3,03 triliun. Angka tetersebut lebih tinggi dari pertumbuhan aset pada triwulan III 2016 sebesar 16,09% (yoy).(Bank Indonesia, 2016).

Gambaran situasi perbankan nasional dan performance bank umum syariah di Eks Karesidenan Pekalongan menginspirasi BPR-BPR yang ada untuk beralih pengelolaannya menjadi BPR Syariah dengan tujuan memperluas pangsa pasar mereka. Hal ini pula yang menjadi landasan pijak bagi BPR Pekalongan untuk mengkonversi pengelolaannya dari Konvensional menjadi Syariah.

Ide konversi PD.BPR Bank Pekalongan BUMD menjadi usaha bank syariah untuk meningkatkan *market share* perbankan syariah dinilai baik. Namun dalam praktiknya tidak mudah. Ada beberapa risiko yang harus diperhatikan sebelum melakukan konversi tersebut diantaranya jangan sampai nasabah yang anti syariah akan lari dan menarik dananya, konversi memang cara efektif menaikkan *market share* bank syariah, tetapi harus bisa meminimalkan risikonya.

3.2. Aspek Hukum

Ide pendirian Bank Pasar muncul pada masa kepemimpinan Pemerintahan Walikota Pekalongan Bapak R.Tegoeh Soenaryo pada tahun 1969, namun demikian belum sempat terealisasi. Baru pada tahun 1985 Pemerintah Kota Pekalongan mengeluarkan Surat Keputusan Walikotamadya Kepala Daerah Tingkat II Pekalongan Nomor 580/171/tahun 1985 tanggal 24 Oktober 1985 tentang Pendirian Bank Pasar Kodya Dati II Pekalongan dengan modal dasar sebesar Rp. 25.000.000,- dan menunjuk Bapak Drs. Hery Soeharsono sebagai Direktur dengan Surat Keputusan Walikotamadya Daerah Tingkat II Pekalongan Nomor 580/183 tanggal 11 Nopember 1985.

Pada tahun 1994 keluar Peraturan Daerah Nomor 8 tahun 1994 tanggal 20 Oktober 2004 tentang PD. BPR Bank Pasar Kodya Dati II Pekalongan, dalam Perda diatur modal dasar sebesar Rp. 300.000.000,-, dengan komposisi kepemilikan 85% merupakan saham dari Pemda dan 15%

dari BPD Jateng. Selajutnya PD. BPR Bank Pasar memperoleh ijin dari Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor Kep.327/KM.17/1995 tentang pemberian ijin usaha sebagai Bank Perkreditan Rakyat (BPR) kepada PD. BPR Bank Pasar Kodya Dati II Pekalongan.

Dalam perkembangannya saham milik BPD Jateng dilimpahkan kepada Yakekar BPD Jateng/Yayasan Kesejahteraan Karyawan pada tanggal 13 Januari 1997 dan yang terakhir dari Yakekar BPD Jateng diserahkan kepada Pemerintah Kota Pekalongan pada tanggal 5 Juli 2002, sehingga sekarang 100% saham milik Pemerintah Kota Pekalongan, dan diubah dengan Peraturan Daerah Kota Pekalongan Nomor 10 tahun 2002 tanggal 4 Juli 2002, yang disempurnakan dengan Peraturan Daerah Kota Pekalongan Nomor 18 Tahun 2006 tanggal 25 September 2006.

Tanggal 16 Agustus 2013 keluar Peraturan Daerah Kota Pekalongan Nomor 9 Tahun 2013 tentang Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Bank Pekalongan, sebagai penyempurnaan dari Perda Nomor 18 Tahun 2016, dimana nama Bank Pasar berubah menjadi Bank Pekalongan.

Maksud dan tujuan PD. BPR Bank Pekalongan didirikan dengan maksud dan tujuan untuk mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Dalam rangka pelaksanaan kegiatan operasional Bank Pekalongan didukung oleh jaringan operasional, sumber daya manusia serta sarana dan prasarana.Usaha pengembangan jaringan operasional dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat dilaksanakan dengan membuka pos pelayanan sebanyak 3 pos pelayanan di dalam pasar wilayah kota Pekalongan, yaitu :

1. Pos Pelayanan Pasar Grogolan
2. Pos Pelayanan Pasar Banyurip Alit
3. Pos Pelayanan Pasar Pasar Banjarsari

Sejalan dengan pengembangan jaringan operasional serta peningkatan kegiatan, maka sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting dan sampai dengan akhir Agustus 2016 terdapat 32 orang personil yang mendukung kegiatan operasional perusahaan yang terdiri dari :13 orang perempuan dan 19 orang laki-laki

Perkembangan Total Aset PD. BPR Bank Pekalongan Per 31 Agustus 2016 yang mencapai Rp. 36.254.517.090,- dengan penyaluran kredit kepada masyarakat mencapai Rp. 30.650.074.406,- sedangkan penghimpunan dana dari masyarakat berupa Tabungan sebesar Rp. 13.442.492.244,- dan Deposito Berjangka sebesar Rp.12.992.300.000,-

Dukungan Pemerintah terhadap Perbankan Syariah dituangkan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 64 /Pojk.03/2016 Tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa pertimbangan peralihan

perbankan konvensional ke perbankan syariah adalah dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi nasional secara berkesinambungan. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa dalam rangka memperkuat perbankan serta meningkatkan daya saing khususnya bagi perbankan syariah, perlu berbagai upaya yang harus dilakukan antara lain melalui penguatan permodalan, penataan kepemilikan, peningkatan kualitas pengurus, dan peningkatan layanan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah;

Persyaratan Menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah terdapat di Pasal 11 pada pasal tersebut dijelaskan bahwa BPR yang akan melakukan perubahan kegiatan usaha menjadi BPRS harus memenuhi ketentuan mengenai permodalan BPRS. Selanjutnya pada Pasal 12 dijelaskan bahwa Direksi dan Dewan Komisaris BPRS harus memenuhi ketentuan yang mengatur mengenai BPRS, dan pada Pasal 13 ayat (1) BPR yang akan melakukan perubahan kegiatan usaha menjadi BPRS harus membentuk DPS, dan (2) Calon anggota DPS sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi persyaratan DPS sebagaimana diatur dalam ketentuan mengenai BPRS.

3.3. Aspek Pasar dan Pemasaran

Beberapa aspek pasar yang perlu dicermati dalam menyusun studi kelayakan usaha diantaranya adalah permintaan pasar (banyaknya konsumen potensial), tingkat daya beli konsumen, perilaku konsumen, preferensi atau pilihan konsumen, dan tingkat persaingan yang ada.

Sedangkan aspek pemasaran meliputi program strategi bauran pemasaran (*marketing mix*), siklus hidup produk, perkiraan penjualan, dan tingkat *market share* yang bisa diharapkan.

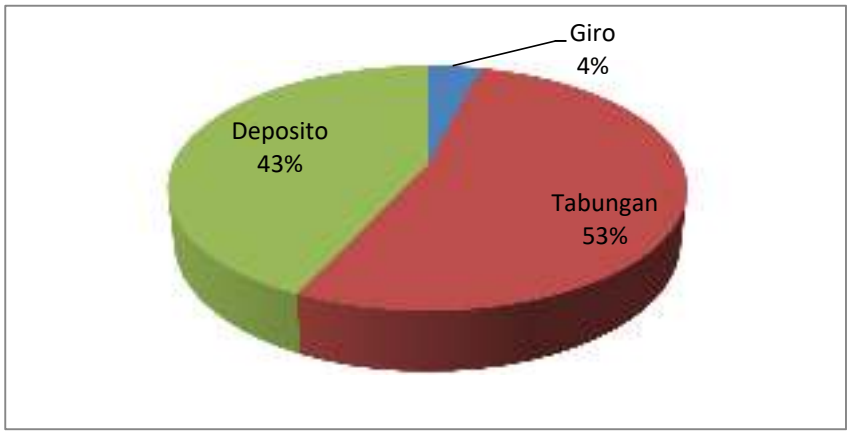
Penduduk Kota Pekalongan berjumlah **299.222 orang, dan 288.059 orang diataranya atau sebesar 96,27%** beragama islam. Karena mayoritas penduduknya memeluk agama Islam, maka Kota Pekalongan sangat kental dengan tradisi dan budaya Islam. Hal ini tercermin dari kegiatan-kegiatan keagamaan yang menonjol yang sering dilakukan pemerintah dan masyarakat kota pekalongan setiap tahunnya, seperti syawalan, haul dan ziarah, dan berbagai pengajian yang dilakukan di berbagai masjid dan mushola yang ada.

Jumlah penduduk dengan budaya religuisitasnya, didukung oleh regulasi, sistem dan nasabah yang memiliki ideologis agama dan rasional di Kota Pekalongan. Ditambah faktor geografis Kota Pekalongan yang bersebelahan dengan dua kabupaten, yaitu Kabupaten Batang dan Kabupaten Pekalongan dengan penduduk yang juga memiliki pemahaman idiologi keagamaan, dan budaya yang tidak jauh berbeda dengan Kota Pekalongan akan menjadi pasar yang potensial dengan *prospek market share* yang sangat besar bagi tumbuh dan berkembangnya perbankan syariah.

Prospek Pasar di Kota Pekalongan juga kelak akan mendapatkan support dari pertumbuhan bank-bank umum syariah di Kota dan Kabupaten di sekitar Kota Pekalongan. Performa Bank Umum Syariah di Karesidenan

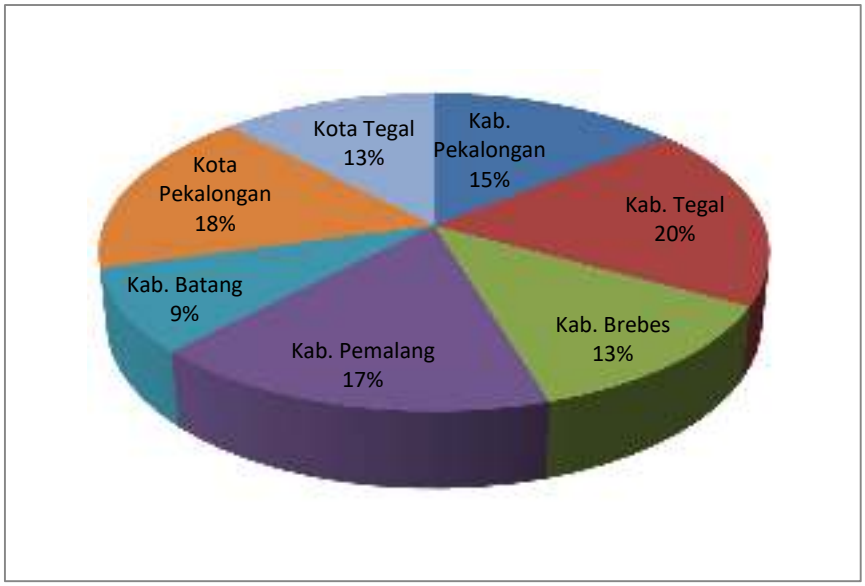
Pekalongan menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal tersebut tercermin dari pertumbuhan aset yang tumbuh lebih tinggi dari pada periode sebelumnya. Laju pertumbuhan aset tercatat sebesar 47, 59 % (yoy), dari Rp. 2,01 triliun menjadi Rp. 3,03 triliun. Angka tetersebut lebih tinggi dari pertumbuhan aset pada triwulan III 2016 sebesar 16,09% (yoy).(Bank Indonesia, 2016).

Grafik 3.1 : Proporsi DPK Bank Umum Syariah di Wilayah Eks Karesidenan Pekalongan



Fungsi intermdiasi Bank Umum Syariah membaik dengan pertumbuhan pembiayaan yang disalurkan positif. Penghimpunan DPK mencapai Rp. 2.03 triliun, atau meningkat sebesar 17,59% (y-o-y). Penghimpunan dana tumbuh tinggi dicapai oleh giro sebesar 25,6% (yoy) kemudian diikuti oleh simpanan tabungan sebesar 16% (yoy) dan deposito 151,4% (yoy).

Grafik 3.2 Proporsi Pembiayaan Bank Umum Syariah di Eks karesidenan Pekalongan



Pembiayaan pada eks Karesidenan Pekalongan tri, masih tumbuh triwulan IV 2016, masih tumbuh positif meskipun mengalami keterlambatan dari 10,93% (yoy) di triwulan III 2016 menjadi 9,11% (yoy) pada triwulan IV 2016 atau mencapai Rp. 1,62 triliun. Berdasarkan lokasi proyek, share penyaluran pembiayaan tertinggi di kabupaten Tegal sebesar Rp. 326,25 milyar atau 20%, disusul oleh Kota Pekalongan sebesar 283,7 miliar atau 18%. Pertumbuhan pembiayaan tertinggi berdasarkan lokasi proyek di Kabupaten Pemalang sebesar 25,32% (yoy) dan Batang sebesar 21,14% (yoy) dibandingkan tahun sebelumnya.

Tabel 3.2 Pertumbuhan Pembiayaan Bank Umum Syariah di Wilayah Eks Karesidenan Pekalongan Berdasarkan Lokasi Proyek

Kab./ Kota	2015				2016				Growth
	Tw I	Tw II	Tw III	Tw IV	Tw I	Tw II	Tw III	Tw IV	y-o-y (%)
Kab. Pekalongan	202,112	213,68	208,964	209,002	211,691	245,6	234,974	238,865	14,29
Kab. Tegal	285,854	287,033	282,777	297,708	384,222	315,674	314,308	326,251	9,59
Kab. Brebes	165,005	168.197	171,836	186,077	166,661	199,148	299,071	203,3	9,26
Kab. Pemalang	160,418	159,217	154,343	156,254	152,756	166,878	161,627	195,81	25,23
Kab. Batang	111,491	114,585	114,116	124,225	119,129	135,206	136,686	150,483	21,14
Kota Pekalongan	254,333	266,018	260,759	275,402	265,854	290,541	238,408	238,708	3,02
Kota Tegal	224,446	205,871	203.486	232,914	220,146	224,821	217,313	218,138	-6,34
Eks. Kar. Pekalng	1,405,659	1,414,601	1,395,781	1,481,582	1,517,622	1,577,777	1,548,388	1,616,555	9,11

sumber: Laporan Bank Umum Syariah, Data diolah (dalm Jutaan Rupiah)

Gambaran situasi perbankan nasional dan performance bank umum syariah di Eks Karesidenan Pekalongan menginspirasi BPR-BPR yang ada untuk beralih pengelolaannya menjadi BPR Syariah dengan tujuan memperluas pangsa pasar mereka. Hal ini pula yang menjadi landasan pijak bagi BPR Pekalongan untuk mengkonversi pengelolaannya dari Konvensional menjadi Syariah.

Ide konversi PD.BPR Bank Pekalongan BUMD menjadi usaha bank syariah untuk meningkatkan *market share* perbankan syariah dinilai baik. Namun dalam praktiknya tidak mudah. Ada beberapa risiko yang harus diperhatikan sebelum melakukan konversi tersebut diantaranya jangan sampai nasabah yang anti syariah akan lari dan menarik dananya, konversi memang cara efektif menaikkan *market share* bank syariah, tetapi harus bisa meminimalkan risikonya.

3.4. Aspek Teknis dan Teknologi

Banyak faktor yang secara normatif dapat diterima adanya keinginan peralihan pengelolaan BPR menjadi BPRS. Baik dari faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi kesiapan SDM dan struktur organisasi dan berbagai informasi teknologi yang dibutuhkan. Faktor eksternal yang meliputi faktor agama dan budaya masyarakat yang sangat kental dengan nuangsa keislaman, dukungan tokoh masyarakat islam, serta dukungan pemerintah. Maka kegiatan-kegiatan usaha BPR Syariah yang baru akan dengan mudah dapat diterima oleh nasabah maupun calon nasabah.

Adapun kegiatan usaha dari BPR Syariah intinya hampir sama dengan kegiatan dari Bank Umum Syariah, yaitu berupa penghimpunan dana, penyaluran dana, dan kegiatan di bidang jasa. Yang membedakannya adalah bahwa BPR Syariah tidak diperkenankan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, misalnya ikut dalam kegiatan kliring, inkaso, dan menertibkan giro (Khotibul Umam 2010)

Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh BPR Syariah versi Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah diatur dalam Pasal 21, yaitu bahwa kegiatan usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah meliputi: :

a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:

1) Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah; dan

2) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah.

b. Kegiatan usaha Penyeluran dana BPRS kepada masyarakat dalam bentuk sebagai berikut:

1) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah.*

2) Pembiayaan berdasarkan akad *murabahah, salam*, atau *istishna'*.

3) Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*.

4) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk *ijarahmuntahiya bittamlik*; dan

5) Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*.

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

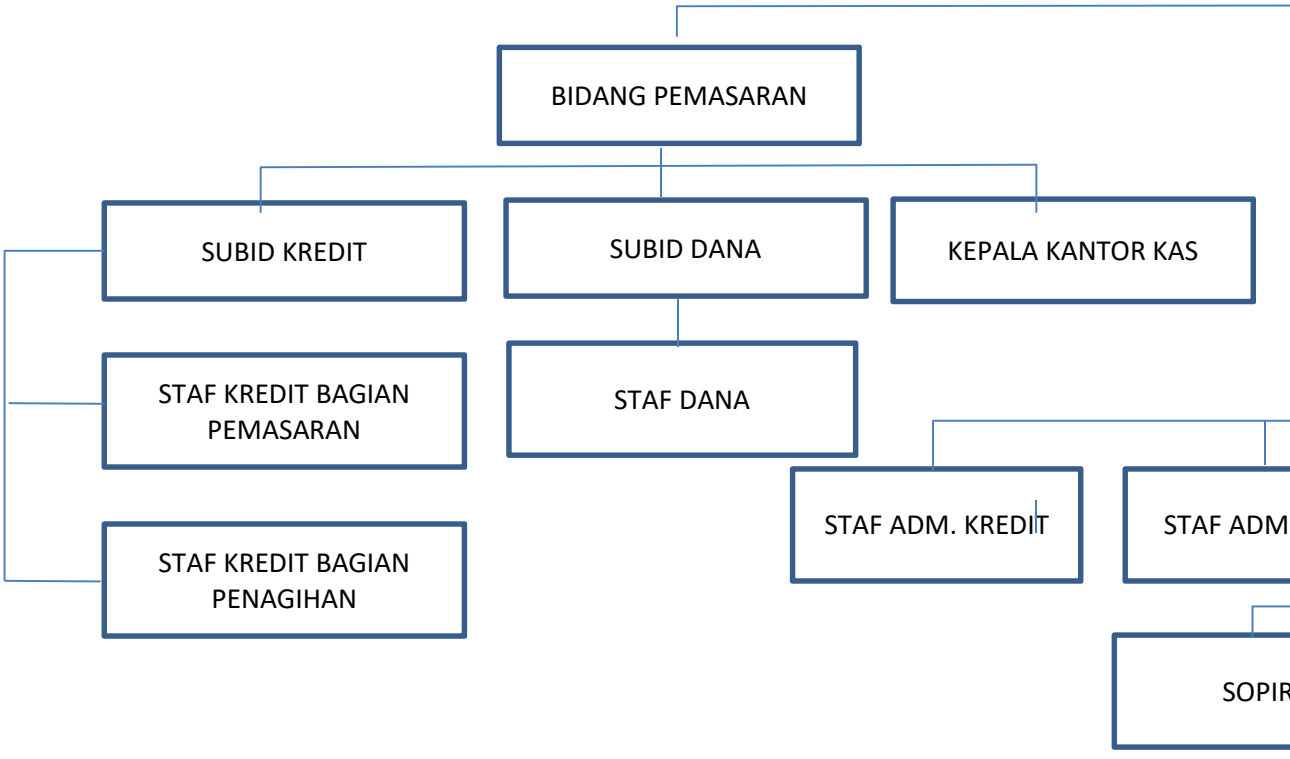
d. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Umum Syariah , Bank Umum Konvensional dan UUS.

Problematika operasional dalam BPR Syariah hampir sama dengan Bank syariah, yaitu : Pertama adalah masalah permodalan (dana) bank syariah masih belum memadai dan biaya dana yang mahal yang berdampak pada keterbatasan segmen pembiayaan. Dengan adanya permodalan yang terbatas dampaknya, secara umum bank syariah tidak se-efisien bank konvensional, secara lebih rinci dapat menmbulkan; (1)Ketidakmampuan merekrut SDM yang berkualitas dan mengembangkan SDM yang berintegritas, (2) Tidak mampu dalam pengadaan IT yang handal, (3) Tidak mampu mengelola secara professional/*governance*, (4) Tidak mampu mengembangkan produk dan layanan yang bersain (materi OJK, 2016) dampak selajutnya akan dapat menyebabkan kesalahan manajemen dan penyimpangan dalam pengelolaan, dan akhirnya kinerja BPRS buruk, bahkan mengalami kerugian.

Kedua inovasi di bidang produk dan layanan, pemasaran dan pengembangan bisnis yang dimiliki bank syariah masih lemah, (3) kurang memadainya fasilitas atau infrastruktur teknologi informasi (IT), padahal hal tersebut merupakan prasyarat penting keberhasilan lembaga keuangan. Dalam Hal Permodalan BPR Pekalongan tidak ada masalah jika harus beralih ke pengelolaan BPRSyariah, maka yang perlu diwaspadai adalah masalah kedua dan ketiga.

3.5. Aspek Manajemen

Aspek manajemen menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan organisasi yang akan melaksanakan usaha, kepemilikan, struktur organisasi, deskripsi dan spesifikasi, dan *team work*. Manajemen operasional merupakan suatu fungsi atau kegiatan manajemen yang meliputi perencanaan, organisasi, staffing, koordinasi, pengarahan dan pengawasan terhadap operasi perusahaan (Umar, 2003).



Dewan Pengawas : 1. Ketua : Sri Ruminingsih, SE M.Si

2. Anggota : Erli Nufiati, SE

Direksi : Direktur Utama : H. Agus Djunaedi, SE

SKAI : Erna Afriyanti, SH

Kabid. Pemasaran : Hardinnah Adiningsih, SE

Kabid. Pelayanan : Sri Wachjuningrum

Kasubid. Kredit : Ana Irawati, A.Md

Kasubid. Dana : Nur Latifah

Kasubid SDM & Umum: Harfianto Permono

Kasubid Perencanaaan, Pelaporan, Akuntansi & TI: Eko Hermanto, S.Kom

Kepala Pos Pelayanan Pasar Grogolan : M. Falahuddin, S.Pd

Kepala Pos Pelayanan Pasar Banyuripalit : Khairudin, SE

Kepala Pos Pelayanan Pasar Banjarsari : Ana Yulistriana, SE Sy

Menurut Husnan dan Muhammad (2000), analisis manajemen operasional meliputi deskripsi pekerjaan yang akan dilakukan, persyaratan untuk melakukan pekerjaan tersebut dan struktur organisasi perusahaan. Aspek manajemen operasional juga perlu mengkaji mengenai legalitas atau apek yuridis dari suatu perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk meyakini, apakah secara yuridis perencanaan usaha yang telah dibuat dinyatakan layak atau tidak layak dihadapan pihak yang berwajib dan masyarakat (Umar, 2003).

Problematika Peralihan pengelolaan dari BPR ke BPR Syariah harus disertai dengan perubahan jumlah SDM yang memiliki kompetensi Perbankan Syariah sebab jika terjadi kekurangan jumlah SDM yang dibutuhkan dapatmengakibatkan timbulnya *fraud*, *mismanagement*, keterbatasan pengembangan BPR karena minimnya pengawasan dan ide-ide baru untuk mengembangkan BPR oleh pengurus.

3.6. Aspek Lingkungan

Keberadaan bisnis dapat berpengaruh terhadap lingkungan, baik lingkungan masyarakat maupun lingkungan ekologi tempat bisnis yang akan dijalankan.Suatu bisnis dapat menimbulkan berbagai aktivitas sehingga menimbulkan dampak bagi lingkungan disekitar lokasi bisnis. Perubahan kehidupan masyarakat sebagai akibat dari adanya aktivitas bisnis dapat berupa semakin ramainya lokasi disekitar lokasi bisnis, timbulnya kerawanan sosial, timbulnya penyakit masyarakat, juga perubahan gaya hidup sebagai akibat masuknya tenaga kerja dari luar daerah.

Analisis aspek lingkungan dilakukan untuk menjawab " apakah lingkungan setempat sesuai dengan ide bisnis yang akan dijalankan dan apakah manfaat bisnis bagi lingkungan lebih besar dibandingkan dampak negatifnya?'. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya di wilayah tersebut.Aspek lingkungan dalam studi kelayakan bertujuan untuk:

1. Menganalisis kondisi lingkungan operasional
2. Menganalisis kondisi lingkungan industri
3. Menganalisis lingkungan ekonomi
4. Menganalisis dampak positif maupun negatif bisnis terhadap lingkungan

5. Menganalis usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk meminimalkan dampak negatif bisnis terhadap lingkungan

3.7. Aspek Ekonomi Sosial

Kota Pekalongan dikenal sebagai kota industri, perdagangan dan jasa, hal ini ditunjukkan oleh jumlah penduduk yang bekerja menurut jenis lapangan pekerja utama di Kota Pekalongan. Pada tahun 2015 jumlah penduduk Kota Pekalongan yang bekerja sebanyak 143.376 orang yaitu Pekerja laki-laki sebanyak 86.913 oarang (60,62%)) dan pekerja perempuan sebanyak 56.463 orang (39,38%). Dari 143.376 orang yang bekerja di lapangan pekerja industri sebanyak 55.159 orang (38,47%) selanjutnya diikut oleh lapangan pekerja perdagangan sebanyak 28,14 0rang (28,14%), dan Lapangan pekerja Jasa sebanyak 23.929 orang (16,69).

Tabel 3.3Jumlah Pekerja menurut Lapangan Usaha di Kota Pekalongan Tahun 2016

No	Lapangan Pekerja Utama	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persentase
1	Pertanian	3.803	367	4.170	2,91
2	Pertambangan	0	0	0	-
3	Industry	34.298	20.861	55.159	38,47
4	Listrik	518	0	518	0.36
5	Bangunan	8.741	0	8.741	0.61
6	Perdagangan	18.147	22.196	40.343	28,14
7	Angkutan	6.282	124	6.406	4.47
8	Keuangan	2.170	1.940	4.110	2,87
9	Jasa lain	12.954	10.975	23.929	16,69
	Jumlah	**86.913**	**56.463**	**143.376**	**100**

Sumber: BPS. Pekalongan Dalam Angka 2017

Sementara itu jika dilihat dari status pekerja utama, status pekerja utama di Kota Pekalongan terbanyak adalah status sebagai buruh/ karyawan/

pegawai dengan jumlah sebanyak 88.730 orang (61,89%) dan dikuti oleh status berusaha sendiri sebanyak 26.972 orang (18,81%).

Tabel 3.4.Jumlah penduduk berumur 15 tahun keatas yang bekerja selama seminggu yang lalur menurut status pekerjaan utama dan jenis kelamin di Kota Pekalongan, 2016

Status Pekerja Utama	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
Berusaha sendiri	15.852	11,120	26.972
Berusaha dibantu Buruh tidak tetap/ buruh tak dibayar	4.128	3.601	7.729
Berusaha dibantu Buruh tetap/ buruh dibayar	5.783	1.576	7,359
Buruh/Karyawan/Pegawai	55.934	32.796	88.730
Pekerja Bebas	2.563	391	2.954
Pekerja Keluarga/ Tak dibayar	2.653	6.979	9.632
Jumlah Total	86.913	56.463	143.376

Sumber: BPS, Kota Pekalongan Dalam Angka 2017

Kota Pekalongan dalam dimensi pembanngunan Jawa Tengah pernah ditunjuk sebagai Pusat Pertumbuhan Ekonomi Wilayah II yang wilayahnya mencakup Kota Pekalongan, Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Batang dan Kabupaten Pemalang. Kota Pekalongan saat ini merupakan Kawasan Andalan Tumbuh Cepat. Artinya Kota Pekalongan diharapkan menjadi kekuatan ekonomi yang mampu menjadi penyangga dan menfasilitasi aktivitas ekonomi di daerah sekitar Kota Pekalongan, seperti sarana perdagangan, perbankan, dan jasa akomodasi lain seperti jasa perhotelan.

Dilihat dari indikator makroekonomi Kota Pekalongan, Kota Pekalongan adalah kota yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang baik. Hal ini ditunjukkan dari tingkat pertumbuhan ekonominya yang mampu melampaui pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah dan pertumbuhan ekonomi nasional. Selamaempat periode dari Pada Tahun 2015 pertumbuhan ekonomi kota Pekalongan sebesar :

Tabel 3.5.

Pertumbuhan Ekonomi Kota Pekalongan, Jawa Tengah dan Indonesia

Wilayah PDRB	Perbandingan Laju PDRB/PDB Kota Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia					
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Kota Pekalongan	5.49	5.61	5.91	5.48	5	5.36
Jawa Tengah	5.30	5.34	5.11	5.27	5.47	5.28
Indonesia	6.17	6.03	5.56	5.01	4.88	5.02

Sumber: BPS, Kota Pekalongan Dalam Angka 2017

Data data diatas mengindikasikan bahwa Kota Pekalongan memiliki kekuatan ekonomi yang sangat fundamental bagi tumbuh dan berkembangnya dunia perbankan. Hal ini juga dapat dilihat dari banyaknya bank umum yang tumbuh berkembang di Kota Pekalongan, baik milik pemerintah maupun milik swasta, seperti Bank BRI, Bank BNI 46, Bank Mandiri, Bank BPD, BCA, BII, dan masih banyak kegiatan lembaga keuangan termasuk didalamnya lembaga keuangan non bank.

BAB IV

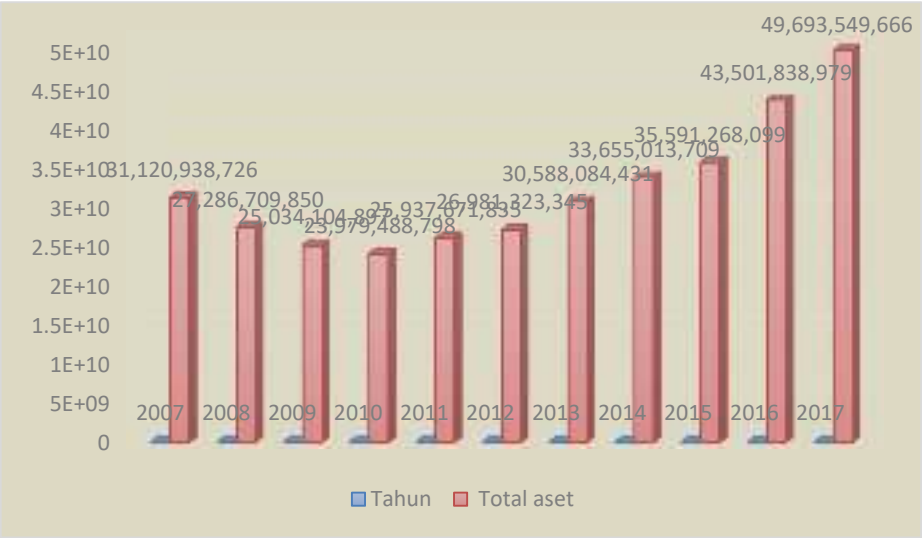
ASPEK FINANSIAL DAN DAN KELAYAKAN INVESTASI

4.1. Aset dan Dana PihakKetiga

PD BPR Bank Pekalongan sampai dengan tahun 2017 memiliki asset sebesarRp 49.693.549.666 dengan total dana pihakketiga yang berhasil dihimpun mencapai Rp 38.937.585.566 (Grafik 4.1). Hasil kajian ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Pekalongan dan sekitarnya sudah memberikan kepercayaannya kepada PD BPR Bank Pekalongan untuk menginvestasikan dana yang dimiliki ke PD BPR Bank Pekalongan.

Grafik 4.1.

Perkembangan aset PD BPR Bank Pekalongan



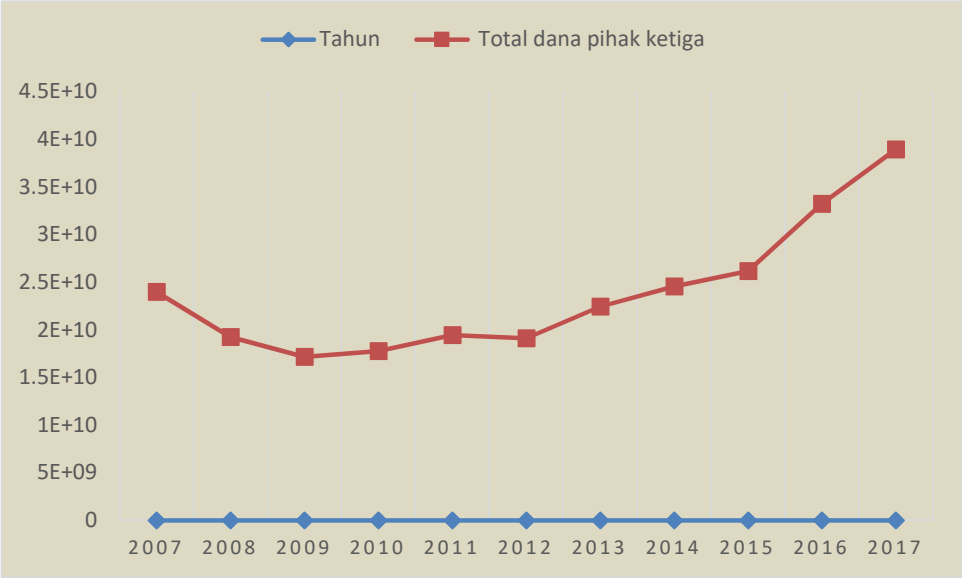
Sumber :*Data sekunderdiolah*

Laju pertumbuhan dana pihak ketiga menunjukkan angka positif sebesar 5,82% melebihi laju pertumbuhan modal sendiri yang sebesar

4,77%, hal tersebut dapat diartikan secara permodalan Bank Pekalongan tidak menghadapi kendala untuk kegiatan fundingnya (Grafik 4.2).

Grafik 4.2.

Perkembanganaset PD BPR Bank Pekalongan



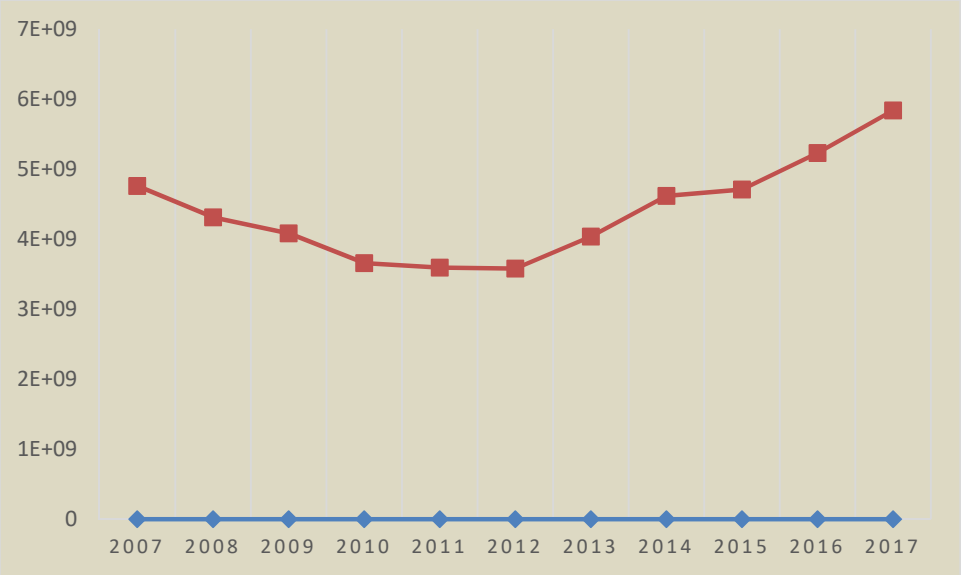
Sumber :*Data sekunder diolah*

4.2. Pendapatan dan Beban

Pendapatan bunga dari mulaitahun 2007 sampai dengan tahun 2017 mengalami pertumbuhan sebesar 2,45% lebih tinggi dibandingkan beban bunga yang dibayarkan dengan pertumbuhan beban bunga yang hanya 0,80%. Pendapatan operasional selama kurun waktu 2007 – 2017 menunjukkan perkembangan yang positif mencapai rata-rata sebesar 4,92%, meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2009 yang mencapai 7,44% dan tahun 2010 23,07% dan pada tahun 2015 mengalami penurunan 8,44%.

Grafik 4.3.

PerkembanganPendapatanBunga PD BPR Bank Pekalongan

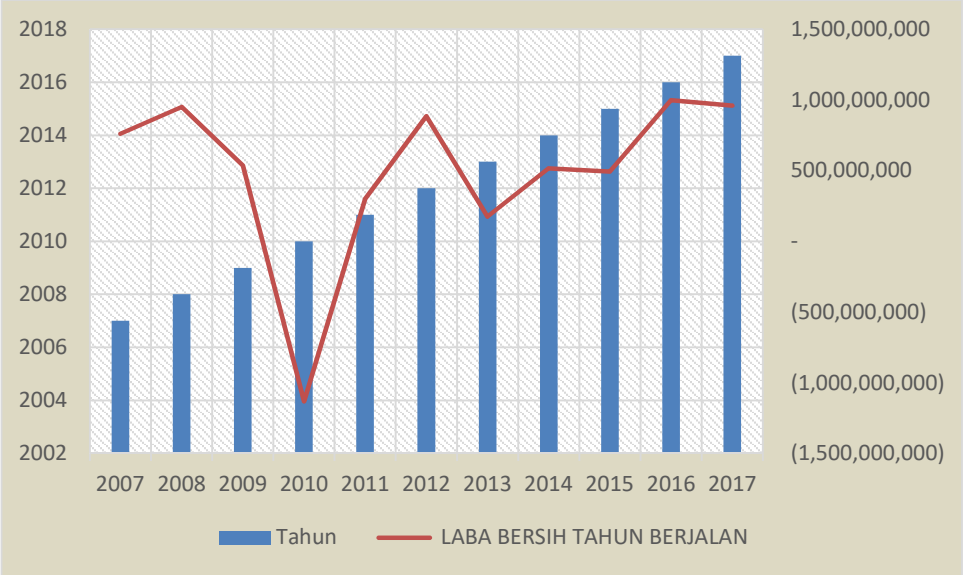


Sumber :*Data sekunder diolah*

Dari kegiatanusahanya PD BPR Bank Pekalongan sanggup menghasilkan keuntungan yang bervariatif dari tahun ke tahun, dan pada tahun 2017 sebesar Rp 959.096.916 menurun dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar Rp 999.084.013. Salah satu faktor yang dapat menjadi penyebab penurunan keuntungan tersebut adalah krisis keuangan global yang terjadi di dunia pada tahun 2008, yang imbasnya menyebar luas ke eropa sampai ke Indonesia.

Grafik 4.4.

PerkembanganLabaBersih PD BPR Bank Pekalongan



Sumber :*Data sekunder diolah*

4.3. Profitabilitas

Kemampuan PD BPR Bank Pekalongan dalam mengelola aset dan modal sendirinya untuk menghasilkan keuntungan dari tahun ke tahun mengalami perubahan. Namun demikian laju pertumbuhan profitabilitas di tinjau dari aspek return on assets (ROA) secara rata-rata menunjukkan perkembangan yang baik, hal tersebut mengacu kepada rata-rata ROA dari tahun 2007 sampai tahun 2017 yang sebesar 1,41%. Sementara *return on equity* (ROE) secara rata-rata menunjukkan perkembangan yang baik, hal tersebut mengacu kepada rata-rata ROE dari tahun 2007 sampai tahun 2017 yang sebesar 5,32%. Kinerja PD BPR Bank Pekalongan dari sisi profitabilitas menunjukkan pertumbuhan yang baik dan sepatutnya

mendapat perhatian dan apresiasi baik dari masyarakat terlebih dari Pemerintah Kota Pekalongan.

Tabel 4.1

ProfitabilitasPD BPR Bank Pekalongan

TAHUN	LABA BERSIH	EQUITY	ASSETS	ROA	ROE
2007	761,226,190	7,136,932,180	31,120,938,726	2.45%	10.67%
2008	951,430,896	8,053,581,117	27,286,709,850	3.49%	11.81%
2009	536,139,068	7,866,632,689	25,034,104,897	2.14%	6.82%
2010	- 1,131,732,852	6,203,594,769	23,979,488,798	-4.72%	-18.24%
2011	300,249,923	6,503,845,693	25,937,671,835	1.16%	4.62%
2012	885,004,913	7,867,776,277	26,981,323,345	3.28%	11.25%
2013	174,207,826	8,141,357,403	30,588,084,431	0.57%	2.14%
2014	514,685,757	9,109,436,706	33,655,013,709	1.53%	5.65%
2015	493,284,346	9,442,441,022	35,591,268,099	1.39%	5.22%
2016	999,084,013	10,296,225,993	43,501,838,979	2.30%	9.70%
2017	959,096,916	10,755,964,100	49,693,549,666	1.93%	8.92%

Sumber :*Data sekunder di olah*

4.4. Analisis Kelayakan

Analisiskelayakan PD BPR Bank Pekalongan menggunakan data *forecast* (peramalan) dengan mendasar kan beberapa asumsi sebagai berikut:

1. Jangka waktu investasi menggunakan 10 tahun dengan pertimbangan bahwa keputusan investasi adalah sebuah keputusan yang akan memberikan dampak jangka panjang juga. Pertimbangan lain adalah sector perbankan merupakan sector jasa yang apabila dikelola dengan baik merupakan bisnis yang tidak adahentinya.

2. Data investasi merupakan data ekuitas (modal sendiri) tahun terakhir yang diperoleh dari data peramalan (*forecast*) dari rata-rata pertumbuhan ekuitas selama 11 tahun yang sebesar 4,77 % pertahun (Lampiran). Untuk mencari data investasi di awal tahun 2018 adalah dengan menggunakan rata-rata investasi dari data peramalan (*forecast*) sehingga diperoleh angka sebesarRp14.022.817.151,49 yang kemudian di *present value*menggunakan data inflasi tahun 2017 yang sebesar 3,61% dan diperoleh angka sebesar Rp13.534.231.398,03.
3. Data proceeds (aliran kas masukbersih) merupakan data laba setelah pajak (*Earning After Tax*) selama kurun waktu 10 tahun dari data peramalan (*forecast*) dari rata-rata pertumbuhan seluruh rekening (*account*) yang ada dilaporan laba rugi.
4. *Discount factor* yang digunakan sebagai standar perhitungan *net present value* menggunakan data inflasi tahun 2017 yang sebesar3,61%.
5. Kajian ini tidak mengikut sertakan potensi kehilangan nasabah yang diprediksi mencapai10%. Dengan nilai nominal simpanan dana pihak ketiga mencapai 27 M, sehingga potensi yang dapat berkurang mencapai 2,7 M. Pertimbangan yang diambil mengapa kajian ini tidak diikut sertakan adalah, ***pertama***,penurunan dana pihak ketiga tidak akan merubah posisi aset yang di miliki oleh PD BPR Bank Pekalongan, dan ***kedua,*** penurunan simpanan dana pihak ketiga karena kehilangan dana sebab menurunnya nasabah akan ditutup menggunakan dana cadangan (*Idle cash*) yang nilai mencapai Rp.15 M yang berasal dari penempatan

dana PD BPR Bank Pekalongan di bank-bank lain (ABA), sehingga secara keseluruhan dana tersebut tidak membebani operasionalisasi kegiatan.

Selanjutnya hasil olah data dengan menggunakan excel dan hasil kelayakan investasi disajikan dalam tabel 4.2.

Tabel 4.2

AnalisisKelayakanPD BPR Bank Pekalongan

TAHUN	EQUITY	ROA	ROE	LABA BERSIH
2018	11,269,023,588	2.05%	9.64%	1,086,863,152
2019	11,806,556,013	2.21%	10.45%	1,233,895,753
2020	12,369,728,735	2.41%	11.38%	1,407,837,683
2021	12,959,764,795	2.62%	12.41%	1,608,417,923
2022	13,577,945,576	2.85%	13.53%	1,836,547,743
2023	14,225,613,580	3.10%	14.76%	2,099,545,240
2024	14,904,175,348	3.38%	16.12%	2,402,215,295
2025	15,615,104,512	3.69%	17.61%	2,749,273,589
2026	16,359,944,997	4.03%	19.25%	3,148,654,774
2027	17,140,314,373	4.39%	21.04%	3,606,953,508
Average	**14,022,817,151**	**3.07%**	**14.62%**	**2,118,020,466**
Present Value Investment Outlay				**13,534,231,398**
Payback Period (PP)				**7 Tahun, 8 Bulan**
Net Present Value (NPV)				**2,684,595,479**
Internal Rate of Return (IRR)				**7.37%**

Sumber :*Data sekunder diolah*

Dari tabel 4.2 tersebut dapat dinilai kelayakan investasi sebagai berikut :

1. **Payback Period (PP)**

   Payback Period (PP) merupakan metode perhitungan kelayakan investasi untuk mengetahui jangka waktu kembalinya investasi yang di keluarkan (*investment outlay/cash out*) yang diperhitungkan dari *proceeds* (aliran kas masuk bersih) setiaptahunselama 10 tahun. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa investasi sebesar Rp

13.534.231.398,-akan kembali dalam jangka waktu 7 tahun, 8 bulan. Waktu yang tergolong relative singkat mempertimbangkan bahwa sector perbankan adalah usaha jasa yang diperlukan oleh masyarakat dari masa ke masa.

2. **Net present value (NPV),**

   Net present value (NPV) merupakan metode perhitungan kelayakan investasi dengan cara mencari selisih dari present *value proceeds* (aliran kas masukbersih) dengan present value investment outlaynya (investasi/cash out). Dari hasil perhitungan diperoleh nilai net present value positif sebesar Rp 2.684.595.479,-. Nilai NPV positif tersebut menunjukkan bahwa nilai sekarang pengembalian dari investasi lebih besar dibandingkan nilai sekarang pengeluaran. Dengan kata lain investasi yang akan dikelola oleh PD BPR Bank Pekalongan dapat dikatakan layak dari sudut pandang NPV.

3. ***Internal rate of return (IRR)***

   Internal rate of return (IRR) merupakan metode perhitungan kelayakan investasi dengan cara mencari bagi hasil yang menyamakan *present value proceeds* (aliran kas masuk bersih) dengan *present value investment outlay*nya (investasi/cash out). Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *internal rate of return* sebesar 7,37%. Nilai IRR kemudian dibandingkan dengan nilai inflasi tahun 2017 yang sebesar 3,61%, hasil perbandingan tersebut maka diperoleh hasil bahwa nilai IRR lebih besar dari inflasi (7,37%>3,61%). Dengan kata lain investasi

yang akan dikelola oleh PD BPR Bank Pekalongan dapat dikatakan layak dari sudut pandang IRR.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan:

Dari analisis tersebu diatas bahwa dapat disimpulkan bahwa Peralihan Pengelolaan BPR Pekalongan dari BPR Konvensional ke BPR Syariah dengan pertimbangan Kelayakan sebagai beriktu:

1. Aspek Hukum : Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 64 /Pojk.03/2016 Tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, tentang pentingnya peran BPRS dalam pembangunan perekonomian nasional.
2. Aspek Potensi Pasar dan Pemasaran: Penduduk Kota Pekalongan dan sekitar Kota Pekalongan yang mayoritas beragama Islam, dengan tingkat budaya yang sarat nilai-nilai religius dan potensi luas pasar yang bisa dijangkau.
3. Aspek Teknik dan teknologi : SDM dengan tingkat kemampuan teknologi yang baik. Berbagai produk yang memungkinkan untuk ditawarkan relatif beragam dan mudah untuk diadaptasi oleh masyarakat yang mengedepankan nilai-nilai religiusitas.
4. Aspek Lingkungan : Dapat memberikan *dorongan* bagi tumbuh berkembangnya ekonomi UMKM di Kota Pekalongan dan peningkatan pendapatan ekonomi daerah.

5. Aspek Sosial Ekonomi: Kota Pekalongan merupakan kota perdagangan yang menjadi salah satu pusat pertumbuhaan di wilayah Jawa Tengah dengan perekonomiannya tumbuh dan berkembangan.
6. Aspek Finasial : Operasional BPR Syariah secara investasi layak dilihat Payback Period, Net Present Value , dan *Internal* ***rate of return, serta dukungan dana cadangan (idel cash) BPR Pekalongandi bank bank lain.***

5.2. Saran

Kemungkinan terjadinya penurunan nasabah bank pekalongan karena pelaksanaan perubahan pengelolaan dari konvensional ke syariah perlu diantisipasi melalui:

1. Pengembangan SDM kearah yang lebih profesional melalui berbagai kegiatan pelatihan dan pendidikan perbankan syariah.
2. ***Pemanfaaatan*** dana cadangan (*Idle cash*) yang nilai mencapai Rp.15 M yang berasal dari penempatan dana PD BPR Bank Pekalongan di bank-bank lain (ABA), sehingga secara keseluruhan dana tersebut tidak membebani operasionalisasi kegiatan.
3. Melakukan strategi *marketing mix* secara maksimal, baik Startegi Produk, Srategi Harga, Strategi Distribusi, Strategi Promosi, Strategi Pelayanan, Strategi Sumber daya fisik, secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

----------. Undang – Undang Perbankan.UU No.10 Tahun 1988 .

....., *BPS Pekalongan Dalam Angka Tahun 2016*

*Aji Damanuri** Rasionalitas Konversi Bank Konvensional Ke Bank Syari'ah

Umar Hamdan & Andi Wijaya,Analisis Komparatif Resiko Keuangan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Konvensional dan Syariah, Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya Vol.4 , No.7 Juni 2006