

Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bisnis Di PT BPRS Sungai Pua Syariah

Nadya Zikra¹, Andis Febrian²

*Koresponden:

Email: nadyazikra97@gmail.com

Afiliasi:

^{1,2} FEBI UIN Sjech M. Djamil
Djambek Bukittinggi, Indonesia

Sejarah Artikel:

Submit: 25 Maret 2025

Revisi: 21 April, 2025

Diterima: 30 Mei 2025

Diterbitkan: 30 Juni 2025

Kata Kunci:

Blue Ocean Strategy,
Pengembangan Bisnis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui strategi persaingan dalam mengembangkan bisnis di PT BPRS Sungai Pua Syariah dengan pendekatan *Blue Ocean* strategi dan kendala yang dihadapi oleh PT BPRS Sungai Pua Syariah dalam menghadapi persaingan bisnis. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif. Selanjutnya, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara langsung, observasi dan dokumentasi. Kemudian teknik pengolahan dan analisa data dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan tahap akhir adalah penarikan kesimpulan. Dalam penelitaian ini jumlah informan yang mau di wawancarai yaitu sebanyak 5 orang yang di tujukan kepada karyawan yang ada di PT BPRS Sungai Pua Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menghadapi persaingan industri keuangan dapat dilakukan dengan pendekatan *Blue Ocean Strategy* yang menekankan pada kesetaraan anatara nilai dan inovasi. Dimana PT BPRS Sungai Pua Syariah konversi dari konvensional menjadi syariah. dimana hal ini bisa menarik minat nasabah dan menjaga loyalitas nasabah. Karena pasar yang masih sangat terbuka lebar dan adanya keuntungan dari strategi bank konvensional, maka pengembangan produk-produk bank syariah yang kompetitif dan inovatif perlu ditingkatkan.

Abstract

This study aims to find out the competitive strategy in developing business at PT BPRS Sungai Pua Syariah using the *Blue Ocean Strategy* approach and the constraints faced by PT BPRS Sungai Pua Syariah in facing business competition. This type of research is field research which is qualitative in nature. Furthermore, the data collection method used is direct interviews, observation and documentation. Then the data processing and analysis techniques are carried out through three stages, namely: data collection, data reduction, data presentation, and the final stage is drawing conclusions. In this study, the number of informants who wanted to be interviewed was as many as five people who were addressed to employees at PT BPRS Sungai Pua Syariah. The results of this study indicate that in facing competition in the financial industry, the *Blue Ocean Strategy* approach can be carried out which emphasizes equality between value and innovation. Where PT BPRS Sungai Pua Syariah converted from conventional to sharia. where this can attract customer interest and maintain customer loyalty. Because the market is still very wide open and there are advantages from conventional bank strategies, the development of competitive and innovative Islamic bank products needs to be increased.

PENDAHULUAN

Perbankan ialah perusahaan pelayanan yang berarti dalam mendukung pembiayaan pembangunan, bagus selaku penghimpun anggaran, selaku badan yang memperlancar arus duit dari warga serta mengarah warga (Rosihana et al., 2024). Bagi Hukum RI No 10 Tahun 1998 bertepatan pada 10 November 1998 mengenai Perbankan, yang diartikan bank merupakan tubuh upaya yang menghimpun anggaran dari warga dalam wujud dana serta menuangkan pada warga dalam wujud angsuran ataupun bentuk- bentuk yang lain dalam bagan tingkatan derajat hidup orang banyak (Kasmir, 2009).

Kemajuan perbankan yang terus menjadi cepat ini membuat industry perbankan bersaing buat dapat bersaing dalam memperoleh jumlah pelanggan dengan strateginya tiap- tiap dalam tingkatan jasa yang bagus alhasil membuat posisi bank itu mempunyai angka lebih bagus dari pada



bank lain. Perbankan menggenggam andil yang amat berarti dalam perekonomian sesuatu negeri. Terus menjadi bagus zona perbankan sesuatu negeri, hingga perekonomian sesuatu negeri hendak terus menjadi bagus.

Kompetisi merupakan tantangan yang tiap dikala tentu terdapat kita temui dalam aktivitas apapun itu. Kompetisi upaya yang terus menjadi bersaing semacam saat ini ini tiap upaya mendobel strategi bidang usaha yang kokoh (Husna et al., 2019). Aplikasi strategi oleh sesuatu industri hendak dicoba dengan menggali kemampuan, menggunakan kesempatan, kurangi kelemahan memakai daya serta memanfaatkan pasar, apalagi melaksanakan rekayasa bidang usaha buat menghasilkan perusahaannya jadi juara dalam kompetisi bidang usaha tersebut, pastinya selama tidak melanggar determinasi perundang- undangan yang legal (Susanto, 2014).

Mengenai masalah persaingan dalam usaha yang sehat dan sesuai dalam Islam, maka dalam Al-qur'an pun telah dijelaskan pada QS. Al-Baqarah (2): 148 sebagai berikut:

وَلِكُلٍّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ١٤٨

Artinya: "Serta tiap pemeluk memiliki kiblat yang ia mengarah kepadanya hingga berlomba-lombalah kalian dalam kebaikan. Dimana saja kalian terletak, tentu allah hendak mengakulasi kalian seluruhnya. Sangat allah maha daya atas seluruh suatu".

Kemajuan sesuatu industri salah satunya didetetapkan oleh gimana strategi yang dicoba dalam mengatur industri itu. Metode yang dapat dipakai dalam mengalami kompetisi pabrik finansial merupakan *Blue Ocean Strategy* Atasan merupakan strategi bidang usaha yang mempraktikkan kemampuan ruang pasar yang tidak direbutkan alhasil membuat kompetisi jadi tidak relevan lagi yang cuma berpusat pada inovasi. Pasar yang tidak direbutkan itu jadi *Blue Ocean* (Samudera Biru) dimana sesuatu badan main sendiri tanpa terdapatnya kompetitor di dalamnya. Sebaliknya situasi dimana ruang pasar silih direbutkan oleh banyak pihak dengan metode apapun agak- agak hingga berdarah- darah ataupun diucap dengan Red Ocean (Ningsih et al., 2020).

Pendekatan dengan *Blue Ocean Strategy* menekankan pada buah pikiran ataupun kesetaraan antara angka serta inovasi. Kombinasi antara inovasi serta angka menginginkan terdapatnya metode yang dicoba buat membagikan khasiat pada pelanggan serta industri. Pada dasarnya *Blue Ocean Strategy* ini bermaksud buat membuat sesuatu badan yang berpusat pada strategi yang memiliki buah pikiran ataupun inovasi terkini dan menjauh dari pasar yang sudah terdapat. Rancangan itu bagus diaplikasikan disebuah industri yang beranjak dibidang fasilitator pelayanan serta layanan semacam lelabaga finansial ataupun perbankan yang dikala ini sudah banyak rivalnya(Pemimpin F Arif, 2021).

Selanjutnya bagan yang membuktikan Keseluruhan Pelanggan di PT BPRS Bengawan Pua Syariah pada Tahun 2021- 2022 merupakan selaku selanjutnya:

Tabel 1.1 Total Nasabah di PT BPRS Sungai Pua Syariah Tahun 2021-2022

Bulan	Total Nasabah PT BPRS Sungai Pua Syariah	Selisih	Persentase (%)
Juli	2.920	-	-
Agustus	2.948	28	1%
September	2.950	2	0,6%
Oktober	2.977	27	1%
November	2.993	16	1%
Desember	2.793	(200)	(7%)
Januari	2.824	31	1,1%
Februari	2.842	18	1%

Maret	2.880	38	1,3%
April	2.906	26	1%
Mei	2.938	32	1,1%
Juni	2.890	(48)	(2%)
Juli	2.919	29	1%
Agustus	3.017	98	3%
September	3.081	64	2%
Oktober	3.391	310	10%
November	3.431	40	1,1%

Sumber: PT BPRS Sungai Pua Syariah

Dari informasi yang diperoleh dari pihak PT BPRS Bengawan Pua Syariah hal keseluruhan totalitas pelanggan yang terdapat di PT BPRS Bengawan Pua Syariah tiap bulannya, ialah semacam yang ditunjukkan oleh informasi diatas terbentuknya labil (ekskalasi serta penyusutan) jumlah pelanggan di PT BPRS Bengawan Pua Syariah dari bulan ke bulan.

Dari pemantauan yang pengarang jalani pada PT BPRS Bengawan Pua Syariah, pendekatan *Blue Ocean Strategy* oleh PT BPRS Bengawan Pua Syariah merupakan dengan tingkatkan produk yang inovatif, menarik atensi dan melindungi kepatuhan pelanggan kepada PT BPRS Bengawan Pua Syariah. Produk inovatif tertuju pada warga kecil yang sudah dipahami oleh praktek- praktek ekonomi yang berlawanan dengan rancangan islam. Dimana aktivitas perekonomian warga dikala saat ini ini dicengkrum oleh praktek rentenir yang mudarat aktivitas ekonomi warga itu. PT BPRS Bengawan Pua Syariah dibuat dengan tujuan menolong serta mendesak perkembangan ekonomi dalam bagan tingkatkan derajat hidup orang. Alhasil PT BPRS Bengawan Pua Syariah menawarkan produk yang menarik serta inovatif yang tertuju pada warga itu dengan melakukan aktivitas agregasi anggaran serta menyalurkannya dalam wujud angsuran.

Blue Ocean Strategy yang diaplikasikan oleh PT BPRS Bengawan Pua Syariah merupakan dengan tingkatkan produk yang inovatif, menarik atensi dan melindungi kepatuhan pelanggan. Perihal inovatif yang dicoba oleh PT BPRS Bengawan Pua Syariah ialah dengan pergantian industri itu dari bank konvensional jadi bank syariah. dimana BPR Bengawan Pua jadi PT BPRS Bengawan Pua Syariah disahkan pada bertepatan pada 1 Juli 2021. Dimana perihal ini dapat menarik atensi pelanggan serta melindungi kepatuhan pelanggan dengan tercapainya kebahagiaan kepada keinginan serta kemauan pelanggan yang dicoba dengan aktivitas penjualan (Amalia et al., 2023).

Rancangan *Blue Ocean Strategy* berdiri pada kenaikan angka produk lewat inovasi angka, produk serta pelayanan yang ditawarkan PT BPRS Bengawan Pua Syariah berlainan dari bank- bank yang lain serta mempunyai angka lebih alhasil PT BPRS Bengawan Pua Syariah bisa mendapatkan profit waktu jauh. Buat menjaga letaknya, PT BPRS Bengawan Pua Syariah melaksanakan susunan penting yang pas serta senantiasa meningkatkan angka dari produknya dan tidak sempat menyudahi pembaruan. Cocok dengan prinsip *Blue Ocean Strategy*, PT BPRS Bengawan Pua Syariah penuhi kemampuan kegiatan 4 tahap dengan menghapuskan ataupun menutup sarana ataupun produk yang tidak cocok dengan rancangan syariah, kurangi bayaran administrasi serta selisih minimal, tingkatkan produk serta layanan yang cocok dengan rancangan syariah tidak hanya standar bank konvensional, serta menghasilkan rasa nyaman serta aman dengan menawarkan produk syariah dalam pabrik perbankan (Jamaludin et al., 2023).

Bersumber pada uraian diatas, hingga pengarang terpikat buat mengenali serta menekuni gimana strategi *Blue Ocean* diaplikasikan di BPRS Bengawan Pua, hingga iti didapat kepala karangan riset "Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Pengembangan Bidang usaha Di PT BPRS Bengawan Pua Syariah".

KAJIAN PUSTAKA

Blue Ocean Strategy

Sebutan *Blue Ocean* timbul kala Kim serta Mauborgne berupaya mendeskripsikan sesuatu ruang pasar yang terkini yang tidak kencang dengan faktor kompetisi. Artikulasi *Blue Ocean* merujuk pada pabrik ataupun pasar yang belum terdapat ditemui dikala ini alhasil belum luang dijamah dalam kompetisi. Permohonan dalam *Blue Ocean* dilahirkan serta bukan direbutkan, alhasil besarnya pasar serta permohonan di pasar jadi tidak terbatas (Nasution, 2018).

Blue Ocean Strategy ialah salah satu strategi bidang usaha dengan menghasilkan permohonan dengan menggunakan pasar yang belum ataupun apalagi tidak dilihat oleh pesaing lain buat beberapa pelanggan yang serupa. *Blue Ocean Strategy* diisyaratkan oleh ruang pasar yang belum terjelajahi, invensi permohonan, serta kesempatan perkembangan yang amat profitabel. *Blue Ocean* mayoritas terbuat dari zona red ocean dengan metode meluaskan batasan- batasan pabrik yang telah terdapat. Pada strategi ini, industri bisa merendahkan bayaran penciptaan diiringi dengan kenaikan angka produk alhasil bisa memunculkan inovasi angka yang profitabel untuk industri ataupun klien. Tidak hanya itu industri pula bisa mempraktikkan strategi ini dengan jadi atasan pasar serta determinan harga pasar dari produk yang diperoleh (Choudhary et al., 2021).

Blue Ocean Strategy ialah strategi industri yang menekankan pada invensi ruang pasar terkini yang belum terjelajahi, invensi permohonan terkini, serta membuat pertandingan jadi tidak relevan (Amang Andi, 2023). Dengan situasi itu, hingga industri mempunyai kemampuan perkembangan yang besar sebab bersaing dalam samudera biru tanpa kompetitor serta meninggalkan kompetisi yang kencang(red ocean). Pendekatan *Blue Ocean Strategy* bisa dipakai oleh industri dari bermacam pabrik serta dimensi industri yang berlainan dengan sedikit adaptasi pendekatan. Dengan memakai *Blue Ocean Strategy*, badan bisa masuk ke ruang pasar terkini dimana pertandingan jadi tidak relevan serta kemampuan buat memperoleh perkembangan profit yang besar, begitu juga industri pembaruan buat melindungi keberlanjutan area, warga serta ekonomi (Keen et al., 2018).

Blue Ocean VS Red Ocean

Sebutan red serta *Blue Ocean* merupakan buat melukiskan warna suatu ruang pasar. Red ocean merupakan tipe pabrik yang populer dikala ini the known market ruang. Dalam red ocean, batas sesuatu pabrik tercantum ketentuan bermain telah dikenal serta diperoleh. Disini perusahaan berupaya berjuang menaklukkan para rival- nya buat mengutip bagian yang sangat besar dari demand yang telah terdapat. Kebalikannya *Blue Ocean*, ialah tipe pabrik yang tidak populer pada dikala ini- the unknown market ruang, dimana tidak dicemari oleh pertandingan. Dalam *Blue Ocean*, permohonan dilahirkan. Disini terdapat peluang buat berkembang kilat serta bertumbuh dalam memperoleh keuntungan (Rustandi, 2020).

Berikut perbedaan antara *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* yaitu sebagai berikut (Rizqiyana, 2021):

Tabel 1.2 Perbedaan Red Ocean Strategy dan Blue Ocean Strategy

Red Ocean Strategy	Blue Ocean Strategy
Bersaing dalam ruang pasar yang sudah ada	Menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya
Memenangkan kompetisi	Menjadikan kompetisi tidak relevan
Mengeksploitasi permintaan yang ada	Menciptakan Inovasi dan menangkap permintaan baru
Memilih antara nilai-biaya (<i>value-cost trade-off</i>)	Mendobrak pertukaran nilai-biaya
Memadukan keseluruhan sistem	Memadukan keseluruhan sistem

kegiatan perusahaan dengan pilihan kegiatan perusahaan dalam
strategis antara diferensiasi atau biaya mengejar diferensiasi dan biaya
rendah. rendah.

Prinsip-prinsip dalam *Blue Ocean Strategy*

Blue Ocean Strategy (Atasan) mempunyai 6 prinsip yang mendesak keberhasilan dalam aplikasi serta penerapannya. Prinsip yang terdapat dalam Atasan ini dipecah jadi 2, ialah 4 prinsip dalam formulasi strategi serta 2 prinsip jadi eksekusi penerapan. Selanjutnya ialah 6 prinsip dalam Atasan serta aspek efek yang ditangani oleh tiap prinsip, ialah selaku selanjutnya (Andriamahefazafy et al., 2020):

Tabel 1.3 Enam Prinsip Dalam *Blue Ocean Strategy*

Prinsip Perumusan Strategi	Faktor Resiko Yang Ditangani Oleh Setiap Prinsip
Merekonstruksikan batasan-batasan pasar	Resiko Pencarian
Fokus pada gambaran besar, bukan pada angka	Resiko Perencanaan
Menjangkau dan melampaui permintaan yang ada	Resiko Skala
Melakukan rangkaian strategis dengan tepat	Resiko Model Bisnis
Prinsip Eksekusi Pelaksanaan	Faktor Resiko Yang Ditangani Oleh Setiap Prinsip
Mengatasi hambatan-hambatan utama dalam organisasi	Resiko Organisasi
Mengintegrasikan eksekusi kedalam strategi	Resiko Manajemen

Konsep *Blue Ocean Strategy*

Blue Ocean Strategy menjajaki akal sehat penting yang diucap inovasi angka. Inovasi angka membagikan pengepresan sebanding pada angka serta inovasi. Inovasi angka terjalin cuma kala industri mencampurkan inovasi dengan faedah, harga serta posisi bayaran. Inovasi angka dilahirkan dalam area dimana aksi industri dengan cara positif pengaruhi bentuk bayaran serta ajuan angka untuk konsumen. Pengiritan bayaran dicoba dengan melenyapkan serta kurangi faktor- faktor yang jadi titik kompetisi dalam industry (Gajdzik et al., 2023).

Blue Ocean Strategy (Samudra Biru) membutuhkan kerangka kegiatan analitis buat menghasilkan Samudra Biru serta prinsip- prinsip buat mengatur efek dengan cara efisien. Kerangka kegiatan analitis itu adalah:

a. Kerangka Kerja Empat Langkah

Kerangka Kegiatan 4 Tahap(Four Actions Framework) dibesarkan buat merekonstruksi elemen- elemen angka konsumen dalam membuat kurva angka terkini. Bisa dimaksud pula kalau Kerangka Kegiatan 4 Tahap ialah perlengkapan buat mendapatkan big value berplatform lower cost serta merekonstruksi elemen- elemen konsumen dalam membuat kurva angka terkini. Buat itu, terdapat 4 persoalan kunci buat membuat sesuatu kurva angka terkini:

1. Aspek apa saja yang wajib “dihapuskan” dari faktor- faktor yang sudah diperoleh sedemikian itu saja oleh industri?
2. Aspek apa saja yang wajib “dikurangi” sampai dibawah standar kegiatan?
3. Aspek apa saja yang wajib “ditingkatkan” sampai diatas standar kegiatan?

4. Aspek apa saja yang belum sempat ditawarkan oleh industri yang alhasil butuh buat “dilahirkan”?

Buat merekonstruksi faktor- faktor angka konsumen dalam membuat kurva angka terkini hingga diperlukan kerangka kegiatan 4 tahap. 4 tahap itu ialah:

1. Hapuskan (*Eliminate*)

Industri berupaya melenyapkan apa saja faktor- faktor yang dikira biasa serta diperoleh sedemikian itu saja oleh pabrik. Aspek bisa dihapus sebab aspek itu tidak lagi mempunyai angka yang bagus ataupun apalagi bisa kurangi angka.

2. Mengurangi (*Reduce*)

Industri kurangi jumlah pemodal pada faktor- faktor yang tidak membagikan khasiat untuk pelanggan sampai di dasar standar pabrik.

3. Tingkatkan (*Raise*)

Industri tingkatkan pemodal pada faktor- faktor kompetisi yang membagikan khasiat yang bagus untuk pelanggan sampai di atas standar pabrik.

4. Mengadakan (*Create*)

Industri menghasilkan aspek yang lebih dahulu belum sempat ditawarkan dalam suatu kompetisi pabrik. Dengan menghasilkan aspek yang terkini hingga industri membagikan khasiat terkini untuk pelanggan serta non pelanggan alhasil menghasilkan permohonan yang terkini serta bisa memastikan harga yang penting di suatu industri.

- b. Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

Desain ini merupakan perlengkapan analisa aksesoris untuk kerangka kegiatan 4 tahap. Desain ini mendesak industri buat tidak cuma bertanya 4 persoalan dalam kerangka kegiatan 4 tahap, namun menerapkan keempat statment itu buat menghasilkan sesuatu kurva angka terkini (Kim dan Mauborgne, 2005).

Manajemen Strategis

Manajemen penting bisa didefinisikan selaku ilmu mengenai formulasi, penerapan, serta penilaian keputusan- keputusan rute guna yang membolehkan badan menggapai tujuannya (Audina, 2021). Manajemen strategi merupakan cara yang berkelanjutan diawali dari formulasi strategi, dilanjutkan dengan penerapan setelah itu beranjak ke arah sesuatu pemantauan balik serta penyempurnaan strategi itu, sebab kondisi di dalam serta di luar industri ataupun badan yang senantiasa berganti (Fauzi et al., 2022)

Praktek- praktek dalam pengembangan strategi bidang usaha sepatutnya dicoba cocok dengan anutan islam yang sudah ditetapkan. Oleh sebab itu, anutan islam yang melandasi metode meningkatkan bidang usaha bagi syariah, antara lain ialah:

1. Hasrat yang bagus, ialah pondasi dari kebaikan aksi, bila niatnya bagus dalam bidang usaha hingga amalannya pula bagus, kebalikannya bila niatnya cacat, hingga amalannya pula cacat.
2. Mempunyai adab yang bagus, Dalam menaiki posisi seorang yang bermoral dalam membuat ekonomi Islam haruslah jadi tujuan Islam serta ajakan para rasul, ialah buat melengkapi adab. Sebagian adab bawah yang wajib dipunyai oleh seseorang wiraswasta mukmin antara lain:
 - a. Jujur
 - b. Amanah
 - c. Toleran
 - d. Memenuhi janji
3. Yakin pada suratan serta ridha Allah. Seseorang wiraswasta mukmin harus memercayai ataupun yakin pada suratan, bagus ataupun kurang baik. Tidak sempurna keagamaan seorang tanpa memercayai suratan Allah. Perihal ini pula diucap dengan angka tauhid yang

melaporkan kepada agama pada Allah SWT. selaku donatur donatur serta kreator ketentuan buat faedah kehidupan orang, perihal ini diatur dalam Q. S. Ar- Rum(30): 30.

4. Berlega hati. Wiraswasta mukmin merupakan wiraswasta yang senantiasa berlega hati pada Allah. Berlega hati ialah akibat masuk akal dari wujud rasa terimakasih kita atas nikmat-nikmat yang telah Allah bagikan sepanjang ini.
5. Kegiatan selaku ibadah. Islam memposisikan bertugas selaku peranan kedua sehabis sholat. Oleh sebab itu bila dicoba dengan jujur, hingga bertugas berharga ibadah serta menemukan balasan.
6. Melindungi ketentuan syari' ah. Islam membagikan kebebasan pada kita buat melaksanakan upaya ekonomi, perdagangan ataupun bidang usaha apapun selama bidang usaha (perdagangan) itu tidak tercantum yang diharamkan oleh syariah Islam. Pantangan akhlak bidang usaha yang wajib di jauhi ialah selaku berikut:

- a. Maysir, ialah suatu yang memiliki faktor gambling. Syara' sudah mencegah pertaruhan dengan jelas, apalagi syara' memandang kalau harta yang dibesarkan dengan jalur pertaruhan tidaklah tercantum perihal kepunyaan Allah SWT. Alas pelarangan maysir bersumber pada firman Allah SWT QS. Al-Maidah (5): 90-91

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ. إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنتُمْ مُنْتَهُونَ

"Hai banyak orang yang beragama, Sebetulnya (meminum) khamar, bertaruh, (berdedikasi buat) fetis, memilih kodrat dengan panah, merupakan tercantum aksi syaitan. Hingga jauhilah perbuatan- perbuatan itu supaya kalian menemukan keberhasilan. Sebetulnya syaitan itu berarti akan memunculkan konflik serta dendam di antara kalian karena (meminum) khamar serta bertaruh itu, serta membatasi kalian dari mengenang Allah serta ibadah; Hingga berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu)."

- b. Amoral (Aniaya), ialah aksi melewati batasan bukti serta mengarah pada kebatilan
- c. Gharar, ialah sesuatu performa yang memunculkan kehancuran ataupun suatu yang kelihatannya mengasyikkan, tetapi dalam kenyataannya malah menimbulkan dendam (Evan Hamzah Muchtar, 2017). Alas pelarangan gharar bersumber pada firman Allah SWT QS. Al-Baqarah (2): 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

"Serta janganlah sebahagian kalian menyantap harta sebahagian yang lain di antara kalian dengan jalur yang bathil serta (janganlah) kalian bawa (hal) harta itu pada juri, biar kalian bisa menyantap sebahagian dari harta barang orang lain itu dengan (jalur melakukan) kesalahan, Sementara itu kalian mengenali."

- d. Riba, ialah tiap akumulasi yang didapat tanpa terdapatnya satu bisnis pengganti. Pantangan riba ada dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah (2): 278

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ

"Aduhai banyak orang yang beragama! Bertakwalah pada Allah serta tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) bila kalian orang beragama".

Begitu pula perkataan nabi hal pantangan riba di antara lain perkataan nabi yang diriwayatkan oleh Mukmin, kalau Rasulullah saw berfirman: " Janganlah kalian sekaligus menjual kencana dengan kencana, perak dengan perak, gandum dengan gandum, kurma dengan kurma, jelai dengan jelai, garam dengan garam melainkan semacam, bertatap wajah, serta silih menerima" (HR. Muslim) (Mar'atun Shalihah, 2014).

- e. Ikhtikar, ialah seluruh suatu yang berhubungan dengan keinginan pemeluk islam. Keinginan ini merupakan seluruh perihal yang menimbulkan kegelisahan ataupun kelangkaan serta bukan cuma keinginan utama saja (Bukhori Mukmin, 2012). Perihal ini ada dalam perkataan nabi Rasul Saw: Benda siapa yang menimbun benda dengan tujuan membuat kesulitan untuk muslimin hingga ia jelek. (HR. Ahmad).

- f. Batil, yaitu segala perkara yang diharamkan Allah SWT atau tidak ada haknya. Hal ini terdapat dalam QS. An-Nisa (4): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai banyak orang yang beragama, Janganlah kalian menyantap harta- harta saudaramu dengan metode yang batil, melainkan harta itu didapat dengan jalur bisnis yang terdapat silih keikhlasan dari antara kalian. Serta janganlah kalian menewaskan diri- diri kalian, sebab sebetulnya Allah Maha Pemurah kepadamu” (Taufiq, 2018).

7. Berlagak kecil batin serta menjauhi keangkuhan. Siapapun yang berteman dengan kita- sebagai konsumen, karyawan, donatur kegiatan, serta serupanya tidak menggemari orang yang sombong sebab kala disombongi, beliau hendak merasa direndahkan harga- dirinya.
8. Senantiasa pas durasi sebab berpengalaman dalam shalat. Ketertiban hendak membuat kita senantiasa memperkirakan durasi buat menuntaskan pekerjaan- pekerjaan cocok dengan agenda yang telah ditetapkan (Beik & Arsyianti, 2015)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Pembiayaan Orang Syariah (BPRS) merupakan bank yang melakukan aktivitas upaya bersumber pada prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak membagikan pelayanan dalam kemudian rute pembayaran. Hukum (UU) No 21 Tahun 2008 Mengenai Bank Syariah sudah menata dengan cara spesial keberadaan Bank Syariah di Indonesia. Hukum itu memenuhi serta melengkapi UU Nomor. 7 Tahun 1992 Mengenai Perbankan begitu juga sudah diganti dengan UU Nomor. 10 Tahun 1998 yang belum khusus alhasil butuh diatur spesial dalam Hukum tertentu. Bagi Artikel 18 UU Nomor. 21 Tahun 2008, Bank Syariah terdiri atas Bank Biasa Syariah serta Bank Pembiayaan Orang Syariah (Alvi Khikmatin & Putri Setianingsih, 2021).

Artikel 1 UU Nomor. 21 Tahun 2008 mengenai determinasi biasa dibidang kalau penafsiran dari Bank Pembiayaan Orang Syariah(BPRS) merupakan bank syariah yang dalam kegiatannya membagikan pelayanan dalam kemudian rute pembayaran. BPRS berfungsi buat tingkatkan keselamatan ekonomi paling utama untuk warga ekonomi mikro, kecil, serta menengah dengan target kuncinya merupakan warga yang terletak di pedesaan(Iis Nur' aisyah, dkk, 2020).

Terdapat sebagian tujuan yang diharapkan dari pendirian BPR Syariah di dalam perekonomian spesialnya di wilayah(Kabupaten atau Kota), ialah selaku selanjutnya:

1. Tingkatkan keselamatan ekonomi pemeluk Islam, paling utama warga kalangan ekonomi lemah yang pada biasanya terletak di wilayah pedesaan.
2. Menaikkan alun- alun kegiatan, paling utama ditingkat kecamatan alhasil bisa kurangi arus urbanisasi.
3. Membina antusias persaudaraan Islamiyah lewat aktivitas ekonomi dalam bagan tingkatkan pemasukan perkapita mengarah mutu hidup yang mencukupi.
4. Buat memusatkan rotasi kegiatan perekonomian spesialnya zona riil di daerah (Temmy Wijaya, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan *Field Research* memakai tata cara kualitatif deskriptif (Dewi et al., 2023). Riset ini merupakan studi lapangan yang menarangkan apakah dalam aplikasi rancangan syariah pada pabrik perbankan yang diaplikasikan oleh PT BPRS Bengawan Pua Syariah cocok dengan *Blue Ocean Strategy* itu. Riset ini dicoba di PT BPRS Bengawan Pua Syariah, Agam, Sumatera Barat. Penelitian ini dicoba dari bulan November 2022 sampai bulan April 2023.

Tipe informasi yang dipakai pada riset ini merupakan informasi poin. Pangkal informasi dalam riset ini memakai informasi pokok yang didapat langsung dari sumbernya (Mulyadi, 2016). Informasi ini didapat dari hasil tanya jawab serta pemantauan dengan data kunci serta data pendukung ialah

pegawai PT BPRS Bengawan Pua Syariah. Metode pengumpulan informasi bisa dicoba dengan melaksanakan pemantauan, tanya jawab, serta dokumentasi(Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi bersaing yang dicoba PT BPRS Bengawan Pua Syariah dalam meningkatkan bisnisnya ialah strategi dalam menerapkan keahlian pelakon bidang usaha dalam analisa area eksternal serta dalam, formulasi (perumusan) strategi, penerapan (implememtasi) rencana- rencana yang didesain buat menggapai sasaran- sasaran industri, dan melaksanakan penilaian buat memperoleh korban balik dalam merumuskan strategi yang hendak tiba. Indikator- indikator yang dipakai PT BPRS Bengawan Pua Syariah dalam mengalami kompetisi bidang usaha merupakan selaku selanjutnya:

1. Pelayanannya yang amat bagus serta cepat
2. Melaksanakan studi pasar
3. Melindungi mutu produk serta layanan nasabah
4. Mengiklankan produk

Formulasi Strategi Samudera Biru lewat Kerangka Kegiatan 4 Tahap serta Desain Hapuskan-Kurangi- Tingkatkan- Ciptakan merupakan selaku selanjutnya:

a. Tahap *Eliminate* (Menghapuskan)

Tahap menghapuskan merupakan sesuatu cara untuk industri buat memikirkan penghapusan faktor- faktor yang telah lama jadi pertandingan kompetisi untuk perusahaan-perusahaan dalam sesuatu pabrik.

Salah satu tahap menghapuskan yang dicoba oleh PT BPRS Bengawan Pua Syariah merupakan dengan menghapuskan ataupun menutup sarana ataupun produk yang tidak cocok dengan rancangan syariah.

b. Tahap *Reduce* (Kurangi)

Tahap kurangi merupakan sesuatu cara dimana industri butuh kurangi jatah dari angka yang karakternya kurang tetapi senantiasa diperlukan, alhasil produk hendak lebih fokus pada keadaan yang bawa angka serta akibat besar, serta buat menjajaki aksen pertandingan serta buat memenangkan kompetisi.

Perihal ini bisa dicoba dengan kurangi bayaran administrasi serta selisih minimal. Perihal ini bisa meminimalisir bayaran yang dikeluarkan oleh pelanggan dalam menyimpan uang serta melaksanakan pembiayaan di PT BPRS Bengawan Pua Syariah. Bayaran administrasi yang terdapat di PT BPRS Bengawan Pua Syariah perbulan sebesar Rp 1. 000, dipotong sekali 3 bulan. Sebaliknya dikala pencabutan minimum bermukim selisih sebesar Rp 25. 000.

c. Tahap *Raise* (Tingkatkan)

Tahap tingkatkan merupakan sesuatu cara yang mendesak industri buat tingkatkan kemampuan yang dipunyai sepanjang ini belum nampak alhasil berguna untuk industri itu.

Pada aspek yang wajib ditingkatkan ini industri wajib memikirkan faktor- faktor lemas yang wajib ditingkatkan buat menemukan bersaing. Ada pula aspek yang ditingkatkan ialah mutu produk serta layanan yang cocok dengan rancangan syariah. Dimana perihal ini bisa tingkatkan atensi serta ketertarikan pelanggan kepada produk. Salah produk yang ditingkatkan di PT BPRS Bengawan Pua Syariah ialah produk dana berbentuk dana Tabanan(Dana Anak Nagari atau TAN), dimana produk ini bertabiat konvensional. Tetapi dalam alterasi ke syariah produk ini dikenal jadi Dana wadiah. Dimana dana ini dibagi jadi 2 ialah Dana wadiah dengan cara biasa serta dana wadiah untuk siswa, yang melainkan antara kedua dana ini ialah selisih diawal melaksanakan dana serta selisih minimum yang dipakai. Dimana dana wadiah dengan cara biasa, mempunyai selisih dini Rp 25. 000 serta pencabutan selisih minimum Rp 25. 000. Sebaliknya dana wadiah untuk siswa mempunyai selisih dini sebesar Rp 10. 000 serta pencabutan selisih minimum Rp 10. 000. Dengan

ditingkatkannya produk yang terdapat di PT BPRS Bengawan Pua Syariah, membuat produk ini banyak disukai oleh pelanggan. Alhasil bisa tingkatkan angka bersaing serta bank memperoleh profit. Semacam yang dipaparkan oleh Ayah Razi Syams, Amd berkata kalau: “ Kita melaksanakan penjualan buat mengenalkan produk pada pelanggan buat penuhi tingkatan kebahagiaan pelanggan dalam berbisnis serta mengoptimalkan kebahagiaan kepada pelanggan lewat jasa yang di idamkan pelanggan.”

d. Tahap Create (Menghasilkan)

Tahap menghasilkan merupakan sesuatu cara dimana industri dituntut buat menciptakan sumber- sumber angka yang seluruhnya terkini untuk konsumen serta menghasilkan permohonan terkini dan mengganti pemberian harga penting pabrik.

Tahap menghasilkan tertuju buat membagikan aspek yang belum sempat diserahkan oleh pabrik serta jadi ciri untuk PT BPRS Bengawan Pua Syariah buat menciptakan samudera biru serta inovasi angka, ialah selaku selanjutnya:

1. Rasa nyaman serta nyaman

Aspek keamanan jadi aspek yang berarti buat dicermati oleh pabrik perbankan, mengenang bank merupakan upaya yang berjalan atas bawah keyakinan antara bank dengan pelanggan. Semacam yang dipaparkan oleh Ayah Razi Syams, Amd dikala tanya jawab ialah: “Agunan rasa nyaman ialah usaha dari pihak PT BPRS Bengawan Pua Syariah buat membagikan rasa nyaman serta keyakinan untuk pelanggan ataupun calon pelanggan buat menaruh dananya di PT BPRS Bengawan Pua Syariah. Alhasil kita berlaku seperti pegawai di PT BPRS Bengawan Pua Syariah sanggup penuhi keinginan pelanggan hendak rasa nyaman ini, supaya pelanggan berkeinginan buat memilah ataupun memakai produk disini.”

2. Value Added Product (Angka imbuh produk)

PT BPRS Bengawan Pua Syariah berupaya menghasilkan produk yang mempunyai angka imbuh, diharapkan produk terus menjadi diketahui pelanggan serta bisa tingkatkan pemasukan PT BPRS Bengawan Pua Syariah. Salah satu produk yang di miliki oleh PT BPRS Bengawan Pua Syariah ialah Dana Santri, dimana dana ini menggapai sasaran dengan terdapatnya pelanggan terkini, alhasil bisa tingkatkan jumlah pelanggan serta asset yang terdapat di PT BPRS Bengawan Pua Syariah. Dana ini dicoba dengan membuat aksi “Mari Menyimpan uang”. Produk ini bisa tingkatkan pemasukan pada bank ini sendiri.

Dengan pendekatan *Blue Ocean Strategy*, pemasukan PT BPRS Bengawan Pua Syariah hadapi kenaikan. PT BPRS Bengawan Pua Syariah teruji bisa berkembang serta lalu bertumbuh sampai dikala ini. Perihal ini bisa diamati dari analogi asset finansial di PT BPRS Bengawan Pua Syariah pada tahun 2021- 2022 selaku berikut:

Tabel 1.4 Perbandingan Asset Keuangan di PT BPRS Sungai Pua Syariah pada Tahun 2021-2022

No	Produk	Desember 2021		Desember 2022	
		Nilai	Jumlah	Nilai	Jumlah
1	Tabungan	Rp.9.942.773	2528	Rp.11.818.693	3063
			Penabung		Penabung
2	Deposito	Rp.3.386.050	75	Rp.3.980.050	87
			Pendeposit		Pendeposit
3	Kredit	Rp.12.164.194	265	Rp.16.353.188	305
			Debitur		Debitur

Total Asset	Rp.17.646.999	Rp.20.352.479
--------------------	----------------------	----------------------

Bersumber pada bagan analogi asset finansial di PT BPRS Bengawan Pua Syariah bisa disimpulkan kalau pemasukan PT BPRS Bengawan Pua Syariah hadapi kenaikan dari alterasi jadi syariah. PT BPRS Bengawan Pua Syariah teruji bisa berkembang serta lalu bertumbuh sampai dikala ini.

Tetapi, kehadiran BPRS yang cepat di Indonesia ini tidak dibantu oleh faktor- faktor pendukung yang membolehkan BPRS buat lalu bertumbuh serta melaksanakan aktivitas operasionalnya dengan bagus. Dalam prakteknya BPRS hadapi bermacam hambatan, hambatan itu di antara lain merupakan selaku selanjutnya:

1. Kiprah BPRS yang kurang diketahui warga selaku BPR yang berprinsipkan syariah, alhasil atensi warga kepada BPRS mengarah kecil.
2. Kompetisi garis besar, kompetisi yang dialami oleh PT BPRS Bengawan Pua Syariah tidak cuma dengan sesama bank yang berplatform syariah, tetapi pula bank konvensional.

KESIMPULAN

Bersumber pada hasil riset hal strategi kompetisi dalam meningkatkan bidang usaha di PT BPRS Bengawan Pua Syariah dengan pendekatan *Blue Ocean Strategy*, PT BPRS Bengawan Pua Syariah penuhi kemampuan kegiatan 4 tahap dengan menghapuskan ataupun menutup sarana ataupun produk yang tidak cocok dengan rancangan syariah, kurangi bayaran administrasi serta selisih minimal, tingkatan produk serta layanan yang cocok dengan rancangan syariah, serta menghasilkan rasa nyaman serta aman dengan menawarkan produk syariah dalam pabrik perbankan.

Hambatan yang dialami dalam mengalami kompetisi bidang usaha di PT BPRS Bengawan Pua Syariah ialah kiprah BPRS yang kurang diketahui warga selaku BPR yang berprinsipkan syariah, pangkal energi orang yang dipunyai BPRS, serta kurang terdapatnya koordinasi bagus di antara BPRS ataupun dengan badan yang lain. Bermacam tantangan yang lain yang dialami oleh PT BPRS Bengawan Pua Syariah ialah, kompetisi garis besar, jumlah serta mutu SDM, prasarana, peraturan perundang- undangan, modal, teknologi, manajemen bimbingan serta riset SDM.

Riset ini memiliki keterbatasan dalam perihal jumlah industri yang diawasi ialah cuma satu industri saja alhasil hasil riset ini tidak bisa digeneralisasi. Oleh sebab itu, hingga buat riset pada waktu yang hendak tiba seharusnya mengaitkan lebih banyak Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvi Khikmatin, & Putri Setianingsih. (2021). Analisis Peluang Dan Tantangan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Terhadap Lembaga Keuangan Konvensional Di Indonesia. *Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 49–62. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v3i1.257>
- Amalia, N., Wati, R., Putri, B., & Mairiza, D. (2023). Eksistensi Prinsip Ekonomi Mikro Islam Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Digitalisasi. *Sharing: Journal of Islamic Economics, Management and Business*, 2(2), 142–156. <https://doi.org/10.31004/sharing.v2i2.23419>
- Amang Andi, D. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*. Sulu Pustaka.
- Andriamahefazafy, M., Bailey, M., Sinan, H., & Kull, C. A. (2020). The paradox of sustainable tuna fisheries in the Western Indian Ocean: between visions of blue economy and realities of accumulation. *Sustainability Science*, 15(1), 75–89. <https://doi.org/10.1007/s11625-019-00751-3>

- Audina, M. (2021). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION TRANSAKSI KEUANGAN DIGITAL (E-WALLET) PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA PALEMBANG. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 21(2), 99–186.
- Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2015). Construction of CIBEST model as measurement of poverty and welfare indices from Islamic perspective. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 7(1), 87–104.
- Choudhary, P., G, V. S., Khade, M., Savant, S., Musale, A., G, R. K. K., Chelliah, M. S., & Dasgupta, S. (2021). Empowering blue economy: From underrated ecosystem to sustainable industry. *Journal of Environmental Management*, 291. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.112697>
- Dewi, N. P. S., Hidayat, F., Doriza, S., Budi, Y., Santosa, P., Azzarah, M. A., Suradi, A., Fadjarajani, S., Ariyani, R., & Krisdiyanto, K. (2023). *Dasar metode penelitian*. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- Fauzi, A. S., Runtiningsih, S., & Hidayat, F. (2022). Determinants of Poverty in Indonesia and its Policy Implications, Multidimensional Approach to Measuring Poverty. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 1(1), 12–24.
- Gajdzik, B., Wolniak, R., & Grebski, W. (2023). Process of Transformation to Net Zero Steelmaking: Decarbonisation Scenarios Based on the Analysis of the Polish Steel Industry. *Energies*, 16(8). <https://doi.org/10.3390/en16083384>
- Husna, M., Puteri, H. E., & Winarno, W. (2019). Determinan Sustainability Lembaga Keuangan Mikro Syariah dan Upaya Penanggulangan Kemiskinan di Kabupaten Agam. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 3(2), 61–74.
- Jamaludin, N., Miftahurrahmah, M., & Muizzudin, M. (2023). Islamic Micro Finance Institutions' Existence, Role, and Challenges in Developing the Indonesian Micro Business Sector Post Covid 19 Pandemic. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 7(2), 155–165.
- Kasmir. (2009). *Pengantar Manajemen Keuangan: Edisi Kedua*. Kencana.
- Keen, M. R., Schwarz, A. M., & Wini-Simeon, L. (2018). Towards defining the Blue Economy: Practical lessons from pacific ocean governance. *Marine Policy*, 88, 333–341. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2017.03.002>
- Nasution, Y. S. J. (2018). Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *At-Tawassuth*, Vol. 3(1).
- Ningsih, R., Asyari, A., & Izmuddin, I. (2020). Pengaruh Islamic Human Capital Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 163–178.
- Rosihana, R. E., Simanjuntak, M., Wahyuni, S., Hidayat, F., Hastalona, D., Nainggolan, E., Januarty, W., Elmizan, G. H., Salmiah, S., & Mistriani, N. (2024). *Pengantar Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Rustandi, N. (2020). Agama Dan Perubahan Sosial Ekonomi. *Tsaqofah*, 18(02), 185–216.
- Susanto, H. (2014). Analisis Kemampuan Keuangan Daerah Pemerintah Propinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26.