

BAB V

PEMBAHASAN

A. Manajemen Strategi Persaingan untuk meningkatkan daya saing di Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa

Manajemen strategi dalam sebuah organisasi/perusahaan mempunyai sebuah tujuan yang dapat dicapai dan dikelola secara efektif dan efisien dengan mengerjakan pekerjaan yang tersruktur dan berimplimentasi tujuan dari organisasi ataupun perusahaan tersebut. Manajemen strategi merupakan aktifitas manajemen yang disusun oleh dewan direksi dan dilaksanakan oleh CEO serta tim eksekutif organisai/perusahaan tersebut, dengan adanya manajemen strategi ini akan memberikan arahan menyeluruh untuk perusahaaan yang terkait dengan bidang perilaku organisasi/perusahaan tersebut. Manajemen strategi dapat dikatakan berjalan sesuai dengan tujuan yaitu dengan mencapainya target yang dituju dengan tujuan yang diinginkan dari saat perencanaan tersebut⁵³.

Hal ini juga hampir sama apa yang telah dipaparkan oleh manajer dari Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa dalam manajamenen strategi yang diterapkan di Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa ini menurut dari pihak internal yaitu manajer dari Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa yaitu dengan perencanaan dengan berorientasikan pada tujuan yang diharapkan dengan begitu akan terciptanya perencanaan sebuah strategi dari berbagai macam perencanaan yang akan dibuat dalam suatu rapat

⁵³ Edy Yunus, Manajemen Strategis . . . , hal. 2

yang dilaksanakan. Dalam hal ini proses perencanaan dilakukan pada saat rapat dengan pengelola manajemen dimana dalam hal ini membahas mengenai proses serta langkah-langkah yang akan diambil dalam penentuan strategi kedepannya dengan beberapa opsi yang disepakati bersama oleh pengelola dari Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa tersebut dengan berorientasi juga dengan tujuan awal dari perencanaan yang dibuat yaitu rencana kerja pengelola.

Seperti yang telah dijelaskan oleh Kashmir (2012:282) untuk mengetahui jumlah dan jenis pesaing serta kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, perusahaan perlu membuat peta persaingan yang lengkap. Pembuatan peta persaingan yang digunakan untuk melakukan analisis persaingan memerlukan langkah-langkah yang tepat. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan identifikasi seluruh pesaing yang ada, setelah mengidentifikasi persaingan lalu menentukan sasaran pesaing, mengidentifikasi strategi persaingan lalu yang terakhir adalah strategi menghadapi pesaing yaitu sebagai berikut : strategi memimpin pasar, strategi penantang pasar, strategi pengikut pasar dan strategi relung pasar⁵⁴.

Persaingan yang dilakukan Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa lebih terfokuskan kepada lembaga non syariah yang dimana dalam hal ini Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa mengambil beberapa produk yang ada dilembaga non syariah dan dijadikan produk yang syariah seperti pembayaran BPJS ataupun pembayaran listrik, kendaraan bermotor dan beberapa model transaksi yang umum dilakukan oleh lembaga non syariah ini yang menciptakan persaingan bagi Baitul Maal Wa

⁵⁴ Kashmir, *Kewirausahaan . . .* , hal.282

Tamwil Rizwa, maka dari itu Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa mengambil transaksi-transaksi tadi yang semula dari lembaga non syariah dirubah dan dapat dilakukan transaksinya di lembaga seperti Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa ini dengan tentunya kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dalam transaksi ini.

Strategi persaingan yang diterapkan oleh Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa adalah dengan mengidentifikasi pesaing terlebih dahulu dimana dalam hal ini adalah lembaga non-syariah lalu melakukan strategi memimpin pasar dimana dalam hal ini adalah dengan meningkatkan kualitas produk mereka yang sudah ada, menciptakan produk baru yang berbasis syariah dan hal hal lain yang belum dilakukan oleh pesaing mereka

B. Faktor-faktor pendukung manajemen strategi persaingan untuk meningkatkan daya saing di Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa

Setelah peneliti melakukan wawancara dengan pihak internal Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa mengenai faktor pendukung manajemen strtaegi persaingan dalam upaya untuk meningkatkan daya saing di Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya faktor pendukungnya terbagi menjadi dua faktor, yaitu :

1. Faktor Internal

Fakator Internal meliputi berbagai macam faktor pendukung di dalam Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa tersebut, seperti :

- a. Semangat ingin berkembang lembaga yang didukung oleh para karyawan Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa dalam bersaing dengan lembaga keuangan non-syariah.
- b. Semangat Mengedukasi masyarakat bahwasanya Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa merupakan sebuah *Product Solution* yang bebas riba dalam setiap kegiatan transaksinya baik simpan maupun pinjam.

2. Faktor External

Faktor External yaitu meliputi faktor yang berkembang diluar Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa tersebut, seperti :

- a. Persaingan dengan lembaga lain di sekitar Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa khususnya lembaga non-syariah membuat pihak Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa membuat inovasi dengan melahirkan produk-produk baru yang ada di lembaga non-syariah dan diadopsi menjadi produk syariah seperti pembayaran pajak bermotor, pembayaran token listrik, pembayaran BPJS dll, dan tentunya tidak melanggar ketentuan dari hukum syariah.
- b. Kepercayaan dari masyarakat luar atas keamanan dan kenyamanan yang selalu dijaga oleh pihak Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa.