

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pengelolaan dana pasti didalamnya terdapat persaingan antar lembaga keuangan yang semakin tajam. Persaingan tersebut membuat pelaku pengelolaan dana semakin berlomba-lomba untuk meningkatkan target jumlah nasabah. Pencapaian setiap tujuan suatu usaha tentu perlu adanya rancangan dan tindakan untuk pencapaiannya.

Salah satu faktor terpenting guna menunjang keberhasilan perusahaan dalam perusahaan yaitu lingkungan. Maka dari itu perusahaan perlu mengenali kondisi lingkungan sekitar karena berpuluh-puluh kegagalan militer dan bisnis yang disebabkan karena kurangnya mengidentifikasi lingkungan secara benar dimana mereka bertempur. Menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan dituntut untuk mengembangkan dan menginovasi strategi bersaing yang tepat dalam menghadapi perubahan kondisi pasar. Perlunya evaluasi strategi sebagai koreksi apakah strategi yang diterapkan sudah mencapai dalam taraf keunggulan bersaing. Mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan sebuah organisasi pada dasarnya merupakan untuk mencoba menggali suatu keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dari organisasi tersebut, proses identifikasi tersebut akan menampilkan

kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan kelemahan pesaing.¹

Perkembangan perusahaan yang semakin pesat menimbulkan persaingan yang semakin tinggi, sehingga perusahaan membutuhkan strategi untuk mempertahankan keberadaannya untuk jangka waktu yang panjang. Pengelolaan manajemen strategis merupakan proses penting bagi entitas bisnis. Sebuah perusahaan yang dikategorikan sukses apabila bisa memenangkan persaingan. Dasar dari pengembangan strategi bersaing mencakup pemikiran bagaimana perusahaan akan bersaing dan memberikan pertahanan yang baik untuk menghadapi persaingan global, sedangkan perusahaan yang tidak merespon kondisi persaingan secara efektif maka tidak akan berhasil dan mengalami kemunduran.²

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia selalu menarik untuk diperhatikan. Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia memiliki peluang besar untuk meningkatkan usahanya oleh karena itu, peluang pasar yang sangat luas dan juga mayoritas penduduk di Indonesia yang banyak. Perkembangan ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah baik Bank maupun non-Bank yang ada di Indonesia. Seperti, Baitul Mal Wat Tamwil (BMT), koperasi syariah, Bank Perkreditan Rakyat Syariah, Pegadaian Syariah, sampai dengan asuransi syariah.

¹ Budi Gautama Siregar, *Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsimpuan*, Fitrah Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman Vol. 03 No. 1 Juni 2017

² Seto Sulaksono Adi Wibowo, Yosi Handayani dan Ade Rika Lestari, "Strategi Bersaing Perusahaan dan Kinerja Perusahaan", *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2 (2), 2017, 145-147, <https://doi.org/10.23917/reaksi.v2i2.4896>

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayarannya, serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Lembaga keuangan harus dapat menyeimbangkan antara posisi pendapatan uang dan posisi pengeluaran uang, dalam menjalankan kegiatannya.³

Selain bank syariah juga banyak terdapat lembaga keuangan lain yang bermunculan di Indonesia salah satunya yaitu *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT), BMT ini hadir ditengah masyarakat karena dilihat dari beberapa hasil penelitian yang menunjukkan bahwa lembaga keuangan Bank maupun Non-Bank yang bersifat formal yang beroperasi di perdesaan, umumnya tidak dapat menjangkau lapisan masyarakat dari golongan ekonomi menengah ke bawah. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penanggungan resiko dan biaya operasi, dan juga dalam identifikasi usaha dan pemantauan penggunaan kredit yang layak usaha.

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan yang dioperasionalkan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Menjadikan BMT memiliki peran dan fungsi strategis di tengah sistem keuangan konvensional. Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia sangat menarik untuk selalu diperhatikan. Lembaga keuangan syariah di Indonesia memiliki peluang yang besar untuk terus meningkatkan usahanya. Adapun

³ Ali Murtadhoh, *Menuju Lembaga Keuangan Yang Islami dan Dinamis*, (Semarang: Rafi Sarana Perkasa, 2012), 55

Baitul Maal Tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang komersial.⁴

Melalui peran strategis yang dimiliki BMT, perlu adanya dukungan dari berbagai pihak agar lembaga keuangan mikro syariah BMT dapat tumbuh dan berkembang dengan baik dan berkelanjutan. Dalam perjalanannya, hanya BMT yang eksis dan tumbuh menjadi besar, bahkan banyak BMT yang memiliki aset yang lebih besar.

Meskipun demikian, tidak sedikit BMT yang berdiri mengalami kegagalan, banyak masalah, lalu bubar atau tetap berjalan tapi dalam kondisi yang tidak sehat. Bahkan pernah diberitakan kasus penyelewengan oleh oknum pengelola yang tidak bertanggung jawab. Kondisi demikian jika dibiarkan akan memperburuk citra BMT di masyarakat dan tingkat kepercayaan terhadap lembaga tersebut menjadi rendah.⁵

Menurut strategi bersaing Mintzberg mengemukakan dua strategi yaitu; strategi bersaing diferensiasi dan strategi tidak terdiferensiasi. Ada enam strategi bersaing yang dapat mendukung keunggulan kompetitif diferensiasi yaitu; (harga, citra pasar, desain produk, kualitas produk, pendukung produk). Strategi tidak diferensiasi yaitu dimana perusahaan tidak mempunyai dasar untuk diferensiasi atau strategi yang digunakan hanya meniru strategi perusahaan lain.⁶

Mengacu pada strategi bersaing Mintzberg, bahwa melalui strategi diferensiasi dengan beberapa item seperti harga, citra pasar, desain produk,

⁴ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2015), 316

⁵ Dwi Harmoyo, *Manajemen Strategi Jasa Keuangan Mikro Syariah*, Vol 3, No 2 Desember 2012

⁶ Ibid, 59.

kualitas produk dan pendukung produk penting diperhatikan sebuah BMT. Hal ini karena masing-masing BMT juga memberikan produk bagi masyarakat. Mereka harus berlomba-lomba memberikan keunggulan produk yang dimiliki.

Peneliti memilih KSPPS BMT UGT Nusantara, KSPPS BMT Rizqona IKABU dan KSPPS BMT PETA sebagai pertimbangan pemilihan tempat penelitian, hal tersebut karena wilayah KSPPS BMT Nusantara Cabang Jombang, KSPPS BMT Rizqona IKABU dan KSPPS BMT PETA yang masih satu daerah yakni di Kecamatan Jombang. Berikut merupakan perbandingan antara KSPPS BMT UGT Nusantara, KSPPS BMT Rizqona IKABU dan KSPPS BMT PETA. Berikut adalah Data Pembanding antara KSPPS BMT UGT Nusantara, KSPPS BMT Rizqona IKABU dan KSPPS BMT PETA:

Tabel 1.1
Data Pembanding KSPPS BMT UGT Nusantara, KSPPS BMT Rizqona IKABU dan KSPPS BMT PETA

Faktor Pembanding	BMT UGT Nusantara	BMT Rizqona IKABU	BMT PETA
Tempat (Place)	Alamat: Jl. KH. Mimbar, Sambong Dukuh No.105, Kec/Kab. Jombang. Berada di tengah pasar Legi Jombang.	Alamat: komplek Pertokoan Perum Menara Asri Bahrul blok A5, Sambong Dukuh, Kec/Kab. Jombang Berdekatan dengan pertokoan.	Alamat: Jl. KH. Abdul Wahab Hasbullah No. 216, Tambakrejo, Kec/Kab Jombang. Berada di pinggir jalan raya menuju pintu tol Jombang-Mojokerto.

Produk (product)	Simpanan dan pembiayaan. Memiliki jumlah 8 jenis produk simpanan dan 10 produk pembiayaan. Produk jasa dan ziswaf.	Simpanan dan pembiayaan. Memiliki jumlah 7 produk simpanan dan 9 produk pembiayaan. Produk jasa dan ziswaf.	Simpanan dan pembiayaan. Memiliki jumlah 5 produk simpanan dan 7 produk pembiayaan. Produk jasa dan ziswaf.
Promosi (promotion)	Media sosial (Whatsapp, facebook, youtube). Website. Brosur Mulut ke mulut Aplikasi mobile (mobile-ugt).	Media sosial (Whatsapp, facebook,youtube). Brosur Mulut ke mulut Aplikasi mobile (M-BMT Rizqona IKABU).	Media sosial (Whatsapp,facebook, youtube). Brosur Mulut ke mulut Aplikasi BMT PETA Mobile.
Harga (price)	Biaya administrasi Pada pembukaan tabungan sebesar Rp. 5000 dengan setoran awal pada tabungan minimal Rp. 10.000, dan tidak menerapkan biaya administrasi bulanan.	Biaya administrasi pembukaan tabungan sebesar Rp. 5000 dengan setoran awal tabungan Rp. 20.000, dan tidak menerapkan biaya administrasi bulanan.	Biaya administrasi pembukaan tabungan Rp. 3000 dan otomatis menjadi anggota dengan setoran awal tabungan Rp. 20.000, dan tidak ada menerapkan biaya administrasi bulanan.
Proses menjadi anggota (process)	Bagi calon anggota yang akan mengajukan pembiayaan harus menyiapkan berkas seperti KTP, KK,jaminan dan lain-lain. Berkas kemudian diajukan ke AOSP untuk diproses dan AOSP akan menganalisa anggota sesuai kriteria. Berkas diberikan ke AOAP untuk	Anggota melengkapi berkas-berkas. Setelah itu petugas akan menganalisis data anggota. Petugas marketing akan bersilaturahmi ke calon anggota. Setelah itu keputusan akhir ada tiga yaitu ACC, ditunda dan tidak ACC	Calon anggota pembiayaan mengisi formulir dan melengkapi berkas-berkas persyaratan yang dibutuhkan. Kemudian petugas akan menganalisis data anggota. Petugas marketing akan datang ke calon anggota untuk melakukan survey. Setelah itu petugas akan membuat keputusan akhir

	<p>dilakukan <i>survey</i> setelah dilakukan <i>survey</i> akan dibentuk sebuah komite oleh kepala cabang untuk memberikan persetujuan pembiayaan. Apabila disetujui akan ditandatangani dan diproses untuk pencairan.</p>		
--	--	--	--

Sumber: Hasil Observasi

Tabel 1.1 dapat menunjukkan bahwa KSPPS BMT UGT Nusantara Cabang Jombang memiliki keunggulan yang lebih dari KSPPS BMT Rizqona IKABU dan BMT PETA. Dari segi lokasi, letak BMT UGT Nusantara Cabang Jombang lebih strategis karena berada di tengah pasar Legi atau pasar Citra Niaga Jombang, hal tersebut memiliki peluang bagi BMT UGT Nusantara Cabang Jombang lebih dikenal oleh masyarakat luas dan lebih mudah dijangkau, sedangkan BMT Rizqona IKABU berada di pinggir jalan raya dan BMT PETA berada di pinggir jalan raya. Selanjutnya dari produknya, BMT UGT Nusantara memiliki lebih banyak produk dan bervariasi dibandingkan dengan produk yang dimiliki BMT Rizqona IKABU dan BMT PETA.

BMT Rizqona IKABU menggunakan bentuk KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah) yang mengartikan bahwa koperasi tersebut secara khusus berkomitmen dalam bidang penyaluran dan pengumpulan dana. Penggunaan nama IKABU (Ikatan Keluarga Alumni

Bahrul Ulum) memberikan sudut pandang yang baik di masyarakat.

Walaupun tidak menerapkan strategi bersaing secara teoritis baik Porter maupun Mintzberg, BMT Rizqona IKABU tetap dapat berkembang baik hingga saat ini. Hal ini terbukti dengan jumlah nasabah yang meningkat setiap tahun.

Tabel 1.2
Jumlah Nasabah BMT Tahun 2020 – 2023

Nama Lembaga	Tahun			
	2020	2021	2022	2023
BMT RIZQONA IKABU	302 Orang	333 Orang	356 Orang	445 Orang
BMT UGT Nusantara	290 Orang	280 Orang	285 Orang	367 Orang
BMT PETA	314 Orang	302 Orang	384 Orang	435 Orang

Sumber: Dokumen BMT RIZQONA IKABU, BMT PETA, BMT NUSANTARA Jombang tahun 2020-2023

Berdasarkan tabel di atas secara umum jumlah nasabah BMT Rizqona IKABU dalam kurun waktu 2020-2023 terus meningkat. Sedangkan dua BMT lain mengalami penurunan jumlah nasabah di tahun 2021. Namun tahun 2022-2023 kedua BMT tersebut mengalami peningkatan jumlah nasabah. Konsistensi jumlah nasabah BMT Rizqona IKABU tetap stabil naik pada 2020-2023. Melalui persaingan dengan BMT lain, hal ini menandakan BMT Rizqona IKABU masih tetap eksis dan menjadi pilihan masyarakat.

Bentuk upaya BMT IKABU dalam menutupi ketertinggalannya adalah dengan menjalin kerja sama dengan unit pendidikan di kawasan

Tambakberas dengan turut serta dalam proses manajemen administrasi dan pengelolaan bisyaroh (gaji) pengajar di MMA Bahrul Ulum, MA Unggulan Wahab Hasbullah dan MTsN Bahrul Ulum. Kemudian pengelolaan keuangan (kas) pada PP Bahrul Ulum, Komplek/ribath al-Hadi, TPQ Baitur Rahmah, Dep. Kantib BU, Masjid Jami'ah al-Muttaqin, PP Salafiyah Syafiiyah, Masjid Ngeledok, TPQ Fastabiqul Khoirot, PP An-Nawawiyah, RA Muslimat Jati Gedong, serta Yayasan PP Bahrul Ulum. BMT Rizqona IKABU dalam program linkage (kemitraan mutualisme antar lembaga keuangan) juga bergerak dengan LAZISNU (Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Nahdatul Ulama) ranting Tambakrejo pada kegiatan pendistribusian ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf) serta pengelolaan dana umroh dengan Kafilah al-Barkah.⁷

BMT Rizqona menggunakan strategi marketing yang terjun langsung ke lapangan dengan mendatangi pondok pesantren maupun sekolahan yang tujuan utamanya menarik nasabah dari santriwan-santriwati pondok pesantren. BMT Rizqona juga bekerjasama dengan pondok-pondok pesantren untuk menambah nasabah. Selain nasabah dari santriwan-santriwati, BMT Rizqona juga mempunyai nasabah dari kalangan masyarakat sekitar.

BMT Rizqona menyediakan aplikasi M-BMT Rizqona dengan tujuan memudahkan para nasabah untuk mengetahui tabungannya. Adapun

⁷ Observasi di KSPPS BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang, 6 Juni 2024

nasabah dari wali santri yang ingin bertransaksi pembayaran sekolah maupun pondok melalui BMT Rizqona IKABU.

Berdasarkan hal ini BMT Rizqona IKABU telah menerapkan strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan baik. Hal tersebut di buktikan dengan jumlah nasabah yang setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Strategi bersaing untuk menunjukkan keunggulan perusahaan dibanding pesaing. Melalui tabel 1.2 terlihat bahwa BMT Rizqona IKABU unggul dari jumlah nasabah. Banyak masyarakat yang lebih tertarik pada BMT Rizqona IKABU. Ketertarikan tersebut tentu juga dapat disebabkan berbagai hal dalam operasional lembaga seperti produk dan layanan. Hal ini yang membuat peneliti tertarik membahas strategi bersaing yang dilakukan BMT Rizqona IKABU sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan latar belakang di atas alasan peneliti melakukan penelitian yang dilatar belakangi dengan peningkatan jumlah nasabah, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah yang dilakukan oleh BMT, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Peran Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada KSPPS BMT RIZQONA IKABU TAMBAKBERAS JOMBANG”**

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang tersebut, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi bersaing yang diterapkan oleh KSPPS BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang?
2. Bagaimana peran strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi bersaing yang diterapkan oleh KSPPS BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang
2. Untuk mengetahui peran strategi Bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah KSPPS BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil karya tulis ilmiah ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis bermanfaat untuk bagai bahan informasi dan pengetahuan serta memperkaya ilmu yang dapat dijadikan penyaluran pemikiran bagi mahasiswa dan masyarakat umum yang ingin mengetahui tentang Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KSPPS BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Untuk Lembaga Keuangan Syariah

Dari penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang patut dipertimbangkan dan bermanfaat bagi

KSPPS BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang untuk meningkatkan jumlah nasabah.

b. Untuk Lembaga Pendidikan

Dapat bermanfaat untuk menambah wawasan, dijadikan bahan referensi dan pustaka bagi mahasiswa atau pihak lain yang tertarik untuk melakukan penelitian.

c. Untuk Peneliti

Dapat mengetahui strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang.

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian oleh Dyah Khurun Elyasari Ma'in (2015) dari STAIN Kediri yang berjudul "Strategi BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri Dalam Meningkatkan Loyalitas Mitra (Prespektif Keunggulan Bersaing Michael E. Porter)". Hasil analisis bahwa strategi keunggulan bersaing di BMT UGT Sidogiri memiliki keunggulan biaya dan diferensiasi pada pelayanan yang diberikan kepada mitranya dengan fokus pada pedagang karena pedagang merupakan segmen pasar yang sirkulasi uangnya lancar setiap hari.⁸ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi bersaing. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini dalam

⁸ Dyah Khurun Elyasari Ma'in, "Strategi BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri Dalam Meningkatkan Loyalitas Mitra (Prespektif Keunggulan Bersaing Michael E. Porter)", STAIN Kediri (2015)

meningkatkan loyalitas mitra, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah dengan meningkatkan jumlah nasabah.

2. Penelitian oleh Faizatul Ulya (2015) dari UIN Walisongo yang berjudul “Strategi Bersaing Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di KJKS BMT BUS LASEM”. Hasil analisis bahwa banyaknya lembaga keuangan syariah, menjadikan posisi KJKS BMT BUS Lasem sebagai salah satu BMT yang harus mampu bersaing secara kompetitif dan memiliki karakter tersendiri dalam bersaing, terutama dengan lembaga keuangan syariah yang lainnya yang sudah mempunyai nama dibidang keuangan.⁹ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang bersaing meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaannya adalah membahas strategi bersaing produk dalam meningkatkan jumlah nasabah, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah peran strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah.
3. Penelitian yang dilakukan Rinawati (2017) dari STAIN Kediri yang berjudul “Strategi Bersaing PT BPRS Tanmiya Artha Dalam Meningkatkan Minat Pedagang Menggunakan Pembiayaan Murabahah”. Hasil dari analisis yang telah dilakukan yaitu PT BPRS Tanmiya Artha memiliki peran dalam meningkatkan minat pedagang menggunakan pembiayaan murabahah, yaitu dilihat dari peningkatan

⁹ Faizatul Ulya, “Strategi Bersaing Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di KJKS BMT BUS LASEM”, UIN Walisongo Semarang (2015)

jumlah nasabah pembiayaan dari periode 2015 sampai 2016.¹⁰ Persamaan dari penelitian tersebut adalah membahas tentang strategi bersaing meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaannya yaitu dalam penelitian ini fokus pada meningkatkan minat pedagang menggunakan pembiayaan murabahah, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah peran strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rika Puji Astutik (2017) dari UIN Walisongo yang berjudul “Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT El Amanah Kendal”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil dari penelitian ini yaitu menyangkut keunggulan kompetitif dan juga strategi bersaing BMT El Amanah dalam meningkatkan jumlah nasabah, persaingan dengan melalui pemasaran cara promosi di instansi, lembaga masyarakat dan melakukan pendekatan kepada masyarakat. Menawarkan produk dengan memberikan brosur, meningkatkan pelayanan sehingga para anggota/nasabah sehingga mereka merasa nyaman dan tidak beralih ke lainnya.¹¹ Persamaan penelitian tersebut adalah sama-sama membahas tentang meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaannya adalah hanya

¹⁰ Rinawati, “ Strategi Bersaing PT BPRS Tanmiya Artha Dalam Meningkatkan Minat Pedagang Menggunakan Pembiayaan Murabahah”, Skripsi, STAIN Kediri (2017)

¹¹ Rika Puji Astutik, “Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT El Amanah Kendal”, Skripsi, UIN Walisongo Semarang (2017)

fokus strategi bersaing, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah peran strategi.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Fira Safira (2021) dari UIN KH Achmad Siddiq Jember yang berjudul “Strategi Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada KSPP Syariah BMT Nuansa Ummah (NU) Cabang Mayang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode wawancara, observasi, dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan yang dilakukan di BM NU cabang Mayang menjadi strategi yang paling unggul karena selalu memberikan pelayanan sangat ramah dan tata krama yang baik, pelayanan cepat, dan amanah. Upaya meningkatkan kembali jumlah nasabah di tengah pandemi *covid-19* dengan melakukan pendekatan secara langsung kepada masyarakat, seluruh karyawan menjadi marketing, selalu meningkatkan pelayanan.¹² Persamaan penelitian tersebut adalah persaingan dalam meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaannya yaitu bersaing meningkatkan jumlah nasabah ditengah pandemi covid-19, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti peran strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah.

¹² Fira Safira, “Strategi Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Tengah Pandemi *Covid-19* Pada KSPP Syariah BMT Nuansa Ummah (NU) Cabang Mayang”, Skripsi, UIN KH Achmad Siddiq, (2021)