

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Pada zaman dahulu, bank berfungsi terutama sebagai tempat penyimpanan logam mulia seperti emas dan perak. Pada abad ke-17, bank-bank Eropa pertama kali didirikan di Inggris dan Belanda, menandai dimulainya sistem perbankan modern di Eropa. Evolusi perbankan menjadi lembaga keuangan multifungsi yang menawarkan pinjaman dan pembiayaan adalah dua contoh layanan ini.

Bank, sebagai perantara dalam aliran modal, sangat penting bagi berfungsinya setiap perekonomian. Badan usaha yang menghimpun simpanan masyarakat dan kemudian meminjamkan atau menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat umum dalam upaya meningkatkan taraf hidup disebut bank dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yang mengubah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Di Indonesia, ada dua kategori utama bank yang didefinisikan berdasarkan cara mereka menangani pembayaran bunga dan pembagian keuntungan: (1) bank konvensional dan (2) bank syariah.

Untuk melayani mayoritas Muslim di Indonesia, negara ini telah mendanai pembentukan sistem perbankan Islam pada dekade ini. Perbankan Islam, asuransi, hipotek, asosiasi simpan pinjam, bank, dan pasar modal di Indonesia semuanya dijelaskan oleh Wijaya (2008) dalam Saragih (2013). Hal ini akan meningkatkan sistem Islam dibandingkan dengan sistem yang lebih umum yang digunakan untuk mengevaluasi pencapaian masa lalu dan kemungkinan masa depan. Untuk memfasilitasi transisi dari bank konvensional ke bank syariah, pemerintah

n bank umum tradisional untuk mendirikan kantor cabang Unit Usaha JS) (Antonio, 2001). Namun dari tahun 1992 hingga 1998, hanya ada satu



Bank Umum Syariah (BUS) yang aktif di sektor perbankan syariah, yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) (Aziz, 2009; Saragih, 2013). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa selama enam tahun beroperasinya sistem Perbankan Islam, sangat sedikit regulator eksternal yang menawarkan dukungan mereka. Pendekatan ini merupakan hasil langsung dan reaksi terhadap revisi yang dibuat oleh Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, Undang-Undang untuk mengubah Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992, yang secara eksplisit. Sistem perbankan Islam merupakan bagian integral dari infrastruktur moneter negara ini.

Pemahaman masyarakat tentang keuangan Islam dan prinsip-prinsipnya—yang mencakup kurangnya riba, keadilan, dan transparansi—telah berkontribusi pada ekspansi perbankan Islam yang eksplosif di Indonesia selama beberapa dekade terakhir. Salah satu faktor utama yang mendorong kemajuan ini adalah dukungan dari regulator. Untuk memastikan bahwa perbankan Islam dapat bersaing dengan perbankan konvensional, pemerintah mengesahkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 pada tahun 2008, yang menetapkan kerangka hukum yang lebih kokoh dan membuka beberapa peluang untuk pengembangannya. Peraturan Pemerintah 72 Tahun 1992, yang mengatur bank berdasarkan prinsip bagi hasil, dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, amandemen Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yang mencakup perbankan, sebelumnya telah mengatur keberadaan bank Islam. Bank-bank di Indonesia kini memiliki pilihan untuk beroperasi berdasarkan standar konvensional atau syariah, menurut sistem perbankan ganda dalam peraturan ini. Prinsip operasional bank syariah berbeda secara signifikan dari bank konvensional; misalnya, bank syariah menggunakan sistem bagi hasil daripada bunga, sementara bank konvensional dan bank syariah memiliki kesamaan dalam hal teknis seperti uang, mekanisme transfer, dan persyaratan administrasi pembiayaan.



Karena premis ini, bank syariah sangat penting bagi mereka yang ingin melakukan operasi keuangan sesuai dengan hukum Islam.

Bank Sulselbar Syariah, sebagai salah satu unit usaha berbasis syariah di Indonesia Timur, memainkan peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah dengan nilai-nilai syariah. Adapun strategi yang digunakan Bank Sulselbar saat ini adalah mengoptimalkan basis data Pegawai Negeri Sipil (PNS) baru yang bertambah setiap tahunnya. Dengan adanya penambahan jumlah PNS secara berkala di berbagai instansi pemerintahan daerah, bank memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan produk dan layanan pembiayaannya, khususnya dalam sektor pembiayaan konsumtif yang berbasis gaji dan fasilitas kredit berbasis syariah. Bank Sulselbar Syariah memanfaatkan data ini untuk secara proaktif menawarkan berbagai produk pembiayaan yang dirancang khusus bagi PNS, seperti pembiayaan multiguna, pembiayaan rumah berbasis syariah, serta layanan perbankan digital yang dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan dalam mengakses produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Lebih dari sekadar menawarkan produk pembiayaan, strategi ini juga mencakup penguatan hubungan dengan instansi pemerintah daerah, sehingga memungkinkan adanya sinergi yang lebih baik dalam pengelolaan keuangan dan distribusi layanan perbankan bagi PNS. Dengan pendekatan berbasis data, Bank Sulselbar Syariah dapat melakukan segmentasi yang lebih akurat terhadap kebutuhan finansial pegawai negeri, memberikan solusi yang lebih personal dan relevan, serta memastikan bahwa setiap penawaran pembiayaan dilakukan secara tepat sasaran dan berkelanjutan. Adapun produk-produk utama yang ditawarkan dari Bank Sulselbar adalah pembiayaan syariah, termasuk skema seperti murabahah, ijarah,

h, dan musyarakah. Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai



layanan keuangan tetapi juga menjadi motor penggerak perekonomian daerah dengan mendukung sektor-sektor produktif seperti UMKM, agribisnis, dan infrastruktur.

Namun, meskipun potensi pasar untuk pembiayaan syariah terus berkembang, Bank Sulselbar Syariah menghadapi tantangan dalam meningkatkan volume dan kualitas pembiayaannya. Persaingan dengan bank konvensional, bank syariah lain, serta fintech berbasis syariah, ditambah dengan rendahnya literasi keuangan syariah di masyarakat, menjadi hambatan utama. Selain itu, kendala dalam digitalisasi dan inovasi produk keuangan juga memengaruhi kinerja pembiayaan, khususnya di perbankan daerah.

Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan penerapan *Growth Strategy* (Strategi Pertumbuhan) yang terencana dan terarah. Strategi ini bertujuan memperluas pangsa pasar, mengembangkan produk pembiayaan yang inovatif, serta meningkatkan aksesibilitas layanan melalui digitalisasi. Dengan mengintegrasikan strategi pertumbuhan ke dalam kerangka *corporate strategy*, Bank Sulselbar Syariah dapat menciptakan pendekatan holistik yang tidak hanya meningkatkan kinerja pembiayaan, tetapi juga memperkuat peranannya dalam menciptakan inklusi keuangan syariah di wilayah Sulawesi Selatan dan Barat.

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana dapat diimplementasikan secara efektif untuk mendukung peningkatan pembiayaan Bank Sulselbar Syariah, baik dari segi volume, kualitas, maupun dampak ekonominya. Dengan pendekatan ini, diharapkan Bank Sulselbar Syariah dapat beradaptasi terhadap dinamika pasar, bersaing secara efektif, dan terus berkontribusi pada pembangunan ekonomi berbasis syariah.



Dengan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dan merumuskan strategi yang tepat, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kinerja bank dan memberikan manfaat lebih bagi perekonomian daerah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi proses formulasi strategi pembiayaan di Bank Sulselbar Syariah?
2. Bagaimana implementasi strategi bisnis dalam menyalurkan pembiayaan kepada nasabah?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis lingkungan internal dan eksternal untuk proses formulasi strategi pembiayaan di Bank Sulselbar Syariah
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pelaksanaan strategi bisnis dalam menyalurkan pembiayaan kepada nasabah secara efektif dan sesuai prinsip syariah.

## **1.4 Manfaat Penelitian :**

1. Dalam pembangunan industri perbankan syariah di Indonesia di masa depan, kajian model bisnis ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dimasa yang akan datang.



2. Penelitian ini dapat menghasilkan strategi bisnis yang dapat meningkatkan efisiensi dalam penyaluran pembiayaan pada bank syariah, sehingga bank syariah dapat mengoptimalkan penyaluran pembiayaan kepada nasabah.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Pengertian Bank Syariah

Lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip yang digariskan dalam Al-Quran dan Al-Hadits dan yang misi utamanya adalah meminjamkan uang kepada anggota masyarakat dikenal sebagai bank Islam (Saddi, 2015). Sementara itu, menurut leksikon perbankan, bank Islam adalah bank yang menjalankan operasinya sehari-hari sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam, yang meliputi mematuhi aturan-aturan yang ditetapkan dalam Al-Quran dan Hadits tentang praktik dan perjanjian komersial. Bank yang beroperasi dan menyediakan produk sesuai dengan prinsip-prinsip yang disepakati berdasarkan Al-Quran dan Hadits Nabi SAW dikenal sebagai bank Islam atau bank bebas bunga. Alih-alih menggunakan sistem bunga, bank-bank ini menganut hukum Islam.

Ascarya dan Yumanita (2005) mendefinisikan bank Islam sebagai lembaga intermediasi keuangan yang menganut prinsip-prinsip Islam dan tidak terlibat dalam bunga (Riba), kegiatan spekulatif yang tidak produktif (Maysir), ketidakpastian dan keraguan (Gharar), prinsip keadilan, dan secara eksklusif membiayai kegiatan bisnis yang halal. Sementara bank konvensional mengikuti aturan yang ditetapkan oleh hukum syariah saat meminjamkan uang dan memproses pembayaran, bank Islam didefinisikan oleh Sudarsono (2007) sebagai jenis bank yang berbeda. Jika Anda ingin mengetahui



Islam, Anda harus mengikuti aturan yang ditetapkan oleh Ikhwaluddinnya, ada sejumlah komponen yang harus mematuhi aturan dasar agar

bank Islam dapat menjalankan operasi syariahnya. Beberapa contoh dari komponen ini adalah legitimasi kegiatan keuangan lembaga dan kepatuhannya terhadap syariah Islam. Bagi manajemen bank Islam, ide-ide ini telah menjadi sangat kuat. Berikut adalah beberapa dasar perbankan Islam :

- 1) Tidak boleh melakukan transaksi bisnis dengan barang atau jasa yang haram. Sebagai konsekuensi dari prinsip ketiga muamalah, kewajiban untuk menghindari kerugian, maka sudah menjadi praktik umum untuk melarang transaksi barang dan jasa yang haram. Beberapa zat secara tegas diharamkan bagi umat Islam dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, yang menjadi preseden hukum untuk mengharamkan produk dan jasa tertentu. Kegiatan pembiayaan yang berkaitan dengan pengadaan jasa, produksi pangan, dan barang konsumsi lainnya yang diharamkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dilarang keras dalam industri perbankan Islam, demikian pula praktik melakukan transaksi yang substansinya haram. Ketika melakukan pembayaran, bank Islam harus selalu memverifikasi bahwa perusahaan yang mereka beri pinjaman uang adalah halal. Oleh karena itu, bank Islam tidak akan memberikan pinjaman kepada perusahaan yang terlibat dalam produksi daging babi, minuman beralkohol, pornografi, atau kegiatan ilegal lainnya.
- 2) Metode dan proses untuk memperoleh keuntungan merupakan dasar pelarangan transaksi yang haram. Islam tidak hanya melarang transaksi haram secara umum, tetapi juga melarang teknik dan praktik mencari keuntungan yang haram secara khusus. Berikut ini adalah contoh transaksi yang dilarang karena proses dan prosedur yang terlibat dalam mencari keuntungan:
  - a. Tadlis, di mana salah satu pihak tidak menyadari identitas prinsip, merupakan contoh transaksi semacam itu.



- b. Gharar—Transaksi tadlis dan gharar sangat mirip. Sementara dalam transaksi gharar, tidak ada pihak yang mengetahui keberadaan pihak lain, dalam transaksi tadlis, hanya satu pihak yang tidak mengetahui sama sekali.
- c. Bai' Ikhtikar, jenis perdagangan lain yang di jauhi oleh Islam. Ikhtikar adalah upaya menimbun barang agar barang tersebut langka. Karena penjual sekarang dapat menjual dengan harga yang jauh lebih tinggi daripada sebelum kekurangan, mereka akan mendapat untung besar.
- d. Bai' Najasy, di mana harga jual suatu produk dinaikkan secara artifisial dengan membuatnya seolah-olah ada permintaan yang tinggi untuk produk tersebut.
- e. Menurut Ulama dan Fuqaha, maysir adalah permainan di mana satu pihak akan menang dan pihak lain akan kalah.
- f. Riba adalah permintaan tambahan dalam transaksi komersial yang tidak memiliki padanan yang sesuai dengan syariah..

Pembentukan Bank Pembangunan Daerah (BPD) diatur dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 yang mengatur tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah. Bank ini resmi berdiri pada tanggal 25 Mei 1960. Berdirinya bank ini merupakan langkah awal untuk mewujudkan pemerataan pembangunan daerah di Indonesia. Sebagai bagian dari sistem perbankan nasional, Bank Pembangunan Daerah (BPD) berperan penting dalam pembangunan ekonomi daerah dengan menyediakan layanan perbankan di daerah-daerah yang secara finansial tidak memungkinkan untuk dijangkau oleh lembaga-lembaga swasta. Bernama PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan Tenggara sesuai dengan Akta Notaris Raden Kadiman di Jakarta No.

Januari 1961, Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan didirikan di



Makassar pada tanggal 13 Januari 1961. Berdasarkan Akta Notaris Raden Kadiman No. 67, nama PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan Tenggara resmi diubah menjadi Bank Sulawesi Tenggara pada tanggal 13 Juli 1961. pemegang saham PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat, yang sebelumnya bernama PT. Bank Sulsel memutuskan untuk mengubah nama perusahaan menjadi PT. Bank Sulserbar sesuai dengan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa dengan Akta Notaris No.16 Tahun 2011.

## **2.2 Fungsi dan Tujuan Bank Syariah**

### **2.2.1 Fungsi Bank Syariah**

Fungsi Bank Syariah Dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 pasal 4 tentang perbankan syariah, dijelaskan fungsi bank syariah sebagai berikut:

- a. UUS dan bank syariah bertugas menyalurkan dan menghimpun dana masyarakat.
- b. Sebagai lembaga baitul mal, bank syariah dan UUS dapat menyalurkan zakat, infak, sedekah, hibah, dan dana sosial lainnya kepada lembaga pengelola zakat, di samping fungsi sosial lainnya.
- c. Sesuai dengan keinginan wakif, bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial dari dana wakaf tunai dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nadzir).
- d. Dalam melaksanakan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan (3), kaidah hukum dan peraturan perundang-undangan harus dipatuhi. Lebih lanjut, Wiroso (2009) membagi peran bank syariah ke dalam empat bidang utama:
  - 1) Manajer investasi bank syariah juga merupakan pengelola investasi pemilik dana



ulmaal) yang menghimpun dana dengan prinsip mudharabah. Hal ini

dikarenakan besarnya imbalan (bagi hasil) yang diterima pemilik dana sangat bergantung pada hasil usaha yang dihasilkan oleh bank syariah dalam mengelola dana tersebut.

- 2) Peran Pemodal Sebagai pemilik dana, bank syariah berperan sebagai pemodal dalam menyalurkan dana sesuai dengan prinsip jual beli atau prinsip bagi hasil. Oleh karena itu, sebagai pemilik dana, saya menginvestasikan dana saya pada industri yang produktif dan berisiko rendah, sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, sehingga tidak melanggar syariat.
- 3) Fungsi Jasa Perbankan Jasa perbankan yang tidak bertentangan dengan syariat juga merupakan bagian dari apa yang dilakukan oleh bank syariah. Jasa tersebut meliputi kliring, transfer, penagihan, dan pembayaran gaji.

Peran Masyarakat Sesuai dengan prinsip syariah, bank syariah berkewajiban untuk memberikan pelayanan sosial melalui danaqard, zakat, dan uang iuran lainnya. Bank Islam berkewajiban untuk memainkan peran dalam konservasi dan pembangunan lingkungan sebagai bagian dari paradigma perbankan Islam. Bank Islam didefinisikan sebagian oleh fungsi sosialnya, yang tidak dapat dipisahkan dari aspek-aspek lain bank dan berfungsi sebagai pembeda utama dari lembaga keuangan yang lebih tradisional. Laporan keuangan Islam, sebagaimana diuraikan dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Islam (KDPPLKS) yang diterbitkan oleh IAI, mencakup bagian yang merinci asal-usul dan penggunaan dana zakat dan amal, yang mencerminkan kegiatan Islam

### **2.2.2 Tujuan Bank Syariah**

Misi Bank Syariah adalah membantu proyek-proyek pembangunan  
il yang mempromosikan pemerataan, persatuan, dan distribusi kekayaan



yang adil. Selain itu, bank Syariah tidak hanya berorientasi pada laba, tetapi juga berorientasi pada falah. Fokus utama lembaga keuangan tradisional adalah menghasilkan laba. Bank tradisional ada untuk meminjamkan uang kepada orang yang membutuhkan, tetapi menurut Undang-Undang 10 tahun 1998, amandemen Undang-Undang 7 tahun 1992 tentang perbankan (bab II, pasal 4), tujuan sebenarnya dari perbankan adalah untuk membantu mendanai proyek-proyek pembangunan nasional yang meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesetaraan, dan stabilitas untuk kepentingan semua warga negara.

### **2.3 Jenis-jenis resiko perbankan syariah**

1. Risiko yang bersifat komersial Risiko komersial didefinisikan oleh Organisasi Akuntansi dan Audit Lembaga Islam (AAOIFI) sebagai risiko yang muncul ketika bank Islam dipaksa untuk memberikan tingkat pengembalian yang lebih tinggi kepada deposan-investor daripada yang dipersyaratkan oleh ketentuan sebenarnya dari perjanjian investasi. Hal ini dapat terjadi ketika bank tidak dapat menghasilkan laba yang cukup untuk dibagikan kepada pemegang rekening karena kinerja yang buruk selama periode tertentu.
2. Risiko Penarikan Risiko penarikan yang muncul dari tekanan persaingan yang dialami oleh bank Islam dari bank Islam lainnya atau dari bank konvensional yang menawarkan unit bisnis Islam. Lembaga Islam berisiko deposan menarik dana mereka jika mereka menerima tingkat pengembalian yang lebih rendah daripada yang dapat mereka terima dari bank lain. Jika bank Islam dikelola secara tidak efisien dan terus menawarkan pengembalian yang rendah, deposan pada akhirnya akan



memutuskan untuk menarik dana mereka, sehingga mengurangi nilai bank.

3. Risiko yang terkait dengan tata kelola Para peneliti dan pembuat kebijakan baru-baru ini berfokus pada pentingnya tata kelola dan bahaya yang datang dengan tata kelola yang tidak memadai. Risiko tata kelola adalah risiko yang diakibatkan oleh ketidakmampuan lembaga untuk mengelola dirinya sendiri, kelalaiannya dalam memenuhi kewajiban kontraktual dan menjalankan bisnis, serta kerentanan lingkungan internal dan eksternal lembaga, termasuk risiko hukum, yang mencegah bank untuk menegakkan perjanjiannya.
4. Risiko Fidusia Risiko fidusia adalah risiko yang diakibatkan oleh kegagalan lembaga untuk mematuhi standar eksplisit dan implisit yang relevan dengan kewajiban fidusianya. Risiko fidusia adalah risiko hukum yang muncul ketika bank gagal memenuhi kewajiban fidusia kepada pemegang saham dan deposan. Bank Islam diharapkan bertindak demi kepentingan terbaik pemegang saham dan investor sebagai agen fidusia. Bank akan terpapar risiko fidusia jika dan ketika tujuan investor dan pemegang saham menyimpang dari operasi bank.
5. Risiko Transparansi Transparansi didefinisikan sebagai "pengungkapan informasi yang andal dan tepat waktu kepada publik yang memungkinkan pengguna informasi untuk membuat penilaian yang akurat tentang kondisi dan kinerja keuangan bank, aktivitas bisnis, profil risiko, dan praktik manajemen risiko." Transparansi yang tidak memadai dapat mengakibatkan kerugian sebagai akibat dari keputusan yang buruk yang dibuat berdasarkan informasi yang tidak lengkap atau tidak akurat. Dua



sumber kurangnya transparansi adalah penggunaan konvensi non-standar dalam pelaporan perjanjian keuangan Islam dan tidak adanya standar yang seragam dalam pelaporan antar lembaga.

6. Risiko Syariah Risiko Syariah berkaitan dengan struktur dan operasi kelembagaan dan sistemik dewan Syariah. Risiko ini ada dua jenis: yang pertama adalah akibat dari praktik non-standar yang berkaitan dengan berbagai perjanjian di berbagai negara, sedangkan yang kedua adalah akibat dari ketidakpatuhan terhadap Syariah. Variasi dalam penafsiran Syariah menyebabkan variasi dalam perlakuan pelaporan keuangan, audit, dan akuntansi. Hubungan antara bank dan deposan-investor tidak hanya hubungan agen dan prinsipal, tetapi juga hubungan yang didasarkan pada kepercayaan implisit antara keduanya bahwa agen akan menghormati maksud prinsipal untuk sepenuhnya mematuhi aturan Syariah. Hubungan ini adalah satu-satunya pembenaran bagi keberadaan perbankan Islam dan membedakannya dari perbankan konvensional.
7. Risiko Reputasi Risiko reputasi adalah kemungkinan terkikisnya kepercayaan nasabah bank akibat kelalaian atau perilaku yang berkaitan dengan manajemen. Risiko reputasi adalah risiko bahwa perilaku tidak bertanggung jawab oleh satu lembaga dapat mencoreng reputasi bank lain dalam industri tersebut, meskipun risiko fidusia dan syariah juga berasal dari kelalaian dan ketidakpatuhan. Profitabilitas, likuiditas, dan pangsa pasar lembaga dapat terpengaruh secara negatif oleh publisitas yang merugikan. Risiko kepatuhan adalah risiko yang timbul ketika bank gagal mematuhi atau gagal menerapkan hukum dan peraturan yang relevan. Dalam praktiknya, risiko kepatuhan melekat



pada risiko bank yang terkait dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Ini termasuk risiko kredit yang terkait dengan ketentuan tentang persyaratan modal minimum, kualitas aset produktif, pembentukan cadangan aset produktif, batas kredit maksimum, risiko pasar yang terkait dengan ketentuan tentang posisi valuta asing neto, risiko strategis yang terkait dengan rencana kerja dan anggaran tahunan bank, dan risiko lain yang terkait dengan ketentuan tertentu. Semua risiko ini tunduk pada risiko kepatuhan. (2004, Dunil).

#### **2.4 Pembiayaan pada bank syariah**

Dalam perbankan Islam, konsep kredit tidak ada, karena bank Islam menggunakan kerangka kerja yang berbeda untuk mengalokasikan dana kepada mereka yang membutuhkan, berbeda dari bank tradisional. Bank Islam mengalokasikan sumber daya mereka kepada klien melalui pembiayaan. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yang mengubah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, mendefinisikan pembiayaan sebagai penyediaan uang atau instrumen yang dipersamakan dengan itu berdasarkan kesepakatan antara bank dan pihak lain, yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau instrumen tersebut setelah jangka waktu tertentu, disertai kompensasi atau pembagian keuntungan. Lembaga keuangan Islam telah membentuk subsistem pembiayaan yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, yang dapat dikategorikan dari sudut pandang ekonomi menjadi dua jenis berbeda berdasarkan penggunaannya (Antonio, 2001): Pembiayaan yang disediakan oleh bank Islam akan terwujud sebagai aset produktif dan tidak produktif, yaitu:



1. Jenis aktiva produktif pada bank syariah, dialokasikan dalam bentuk pembiayaan sebagai berikut:

a. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil yang meliputi:

1) Pembiayaan Mudharabah Pembiayaan Mudharabah adalah perjanjian kemitraan yang didasarkan pada pembagian keuntungan, di mana satu pihak menyediakan dana kepada pihak lain untuk usaha bisnis, dan kedua belah pihak berbagi keuntungan atau menanggung kerugian sesuai dengan ketentuan kesepakatan bersama mereka. Pihak pertama, penyedia atau pemilik modal, disebut sebagai mudharib, sedangkan pihak berikutnya, pengguna atau manajer, ditunjuk sebagai dharib. Akibatnya, mudharabah merupakan kerja sama antara penyedia modal dan pemanfaat modal. Satu orang menyediakan modal sementara yang lain menawarkan tenaga kerja, ketajaman bisnis, dan keterampilan manajerial. Menurut kontrak yang disepakati bersama, pembagian keuntungan mengalokasikan 60% untuk mudharib dan 40% untuk dharib, atau persentase lain sebagaimana mereka sepakati.

2) Pembiayaan Musyarakah Pembiayaan musyarakah, atau syirkah, adalah pengaturan kontraktual antara banyak penyedia modal untuk menyumbangkan dana mereka untuk suatu usaha, di mana setiap peserta mempertahankan kemampuan untuk terlibat, mewakili, atau melepaskan hak-hak mereka dalam pengelolaan proyek. Keuntungan dari usaha patungan ini dapat dibagikan berdasarkan rasio kontribusi modal masing-masing mitra atau sesuai kesepakatan bersama (non-proporsional). Jika terjadi kerugian, tanggung jawab terbatas pada jumlah kontribusi modal masing-masing mitra.



b. Pembiayaan dengan prinsip jual beli yang meliputi:

1) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah pengaturan kontraktual untuk penjualan dan akuisisi produk, yang menetapkan harga pembelian pokok dan margin keuntungan yang dinegosiasikan bersama antara penjual dan pembeli. Perjanjian ini merupakan jenis kontrak kepastian alamiah, karena keuntungan yang disyaratkan dalam murabahah telah ditentukan sebelumnya. Definisi murabahah mencakup istilah "keuntungan yang disepakati," yang menunjukkan bahwa penjual berkewajiban untuk mengungkapkan harga pembelian barang dan menetapkan margin keuntungan yang ditambahkan ke biaya.

2) Pembiayaan Salam

Salam adalah pengaturan kontraktual untuk penjualan dan pembelian yang mencakup pembayaran di muka dan pengiriman produk yang ditangguhkan, yang ditandai dengan harga, spesifikasi, kuantitas, kualitas, tanggal pengiriman, dan lokasi yang telah ditentukan sebelumnya, yang semuanya ditetapkan sebelum transaksi. Barang yang dipertukarkan saat ini tidak tersedia pada saat transaksi dan harus diproduksi terlebih dahulu, termasuk produk pertanian dan barang-barang yang dapat dipertukarkan lainnya (barang-barang yang dapat diukur dan diganti berdasarkan berat, ukuran, dan jumlahnya). Barang-barang yang tidak dapat dipertukarkan, seperti batu mulia, lukisan mahal, dan komoditas langka lainnya, tidak dapat dijadikan objek salam.

3) Pembiayaan Istishna



Istishna adalah transaksi jual beli barang tertentu, yang ditandai dengan kriteria dan persyaratan yang disepakati bersama oleh pembeli dan penjual. Pembeli dalam akad istishna tidak mengharuskan bank untuk memproduksi barang pesanan secara langsung; oleh karena itu, untuk memenuhi ketentuan akad awal, bank dapat melakukan akad istishna berikutnya dengan pihak ketiga (subkontraktor). Akad istishna kedua disebut sebagai akad istishna paralel. Para ulama sepakat bahwa istishna setara dengan salam, yaitu mengenai objek akad, yang harus diproduksi atau dipesan terlebih dahulu dengan atribut tertentu. Perbedaannya hanya terletak pada mekanisme pembayaran; pembayaran salam dilakukan sebelum barang diterima, tetapi pembayaran istishna dapat dilakukan di awal, selama, atau setelah pesanan selesai..

c. Pembiayaan dengan prinsip sewa meliputi:

- 1) Pembiayaan Ijarah
- 2) Pembiayaan Ijarah Muntahiya Bittamlik
- 3) Surat berharga Syariah
- 4) Penempatan
- 5) Penyertaan Modal
- 6) Penyertaan Modal Sementara
- 7) Sertifikat Wadiah Bank Indonesia

## 2.5 Strategi Bisnis

Strategi bisnis mencakup kapasitas wirausahawan dan perusahaan untuk menganalisis lingkungan eksternal dan internal, menyusun strategi, melaksanakan ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi, dan melakukan penilaian



untuk mengumpulkan umpan balik bagi perumusan strategi masa depan. Perencanaan strategis sangat penting bagi bisnis untuk bersaing, bertahan, dan berkembang. Perusahaan membedakan inovasi mereka dari pesaing dengan memanfaatkan sumber daya staf untuk memenuhi kebutuhan klien. Fred R. David menegaskan dalam bukunya, *Strategic Management*, bahwa strategi berfungsi sebagai mekanisme untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah rencana yang dapat ditindaklanjuti yang memerlukan pilihan manajemen eksekutif dan sumber daya perusahaan yang substansial. Strategi juga memengaruhi keberhasilan jangka panjang organisasi. Selain mengevaluasi variabel eksternal dan internal yang dihadapi oleh organisasi, strategi juga harus memperhitungkan berbagai fungsi dan dimensi.

1. Lingkungan Internal: Analisis lingkungan eksternal adalah fungsi bisnis yang berupaya mengevaluasi komponen internal organisasi, yang mencakup kekuatan dan kekurangannya. Analisis lingkungan internal biasanya dilakukan pada fungsi-fungsi termasuk manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, dan operasi.
2. Analisis lingkungan eksternal adalah metode untuk mengevaluasi berbagai kemungkinan dan bahaya yang berasal dari luar organisasi. Variabel eksternal mencakup lima kategori: ekonomi, sosial dan budaya, lingkungan, pemerintahan, teknologi, dan industri.

Pendekatan yang digunakan bersifat informal dan telah menunjukkan keberhasilan. Pendekatan awal adalah strategi yang diperhitungkan, di mana rencana bisnis dirumuskan dan dijalankan dengan ketat. Strategi kedua adalah bisnis yang tidak memiliki rencana yang jelas dan berfungsi sesuai dengan norma dan konvensi industri. Strategi ketiga bergantung pada naluri pengusaha.

## 2.6 Analisis SWOT



Analisis SWOT adalah penilaian metodelis dari banyak aspek untuk mengembangkan strategi perusahaan. Teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam proyek atau usaha bisnis. Keempat aspek tersebut merupakan akronim SWOT (strengths, weakness, opportunities, threats). SWOT merupakan singkatan dari Internal Strengths and Weaknesses, serta External Opportunities and Threats yang dihadapi oleh sektor perusahaan (Rangkuti, 2014). Analisis SWOT memerlukan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi keberhasilan perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan risiko dapat bersumber dari beberapa entitas, termasuk klien, publikasi pemerintah, pemasok, lembaga keuangan, dan kolega dari organisasi lain. Banyak perusahaan melibatkan agen pemindaian untuk memperoleh klipng koran, melakukan penelitian daring, dan menganalisis tren domestik dan global yang relevan (Nisak, 2013). David & David (2017) menegaskan bahwa semua bisnis memiliki kekuatan dan kelemahan di beberapa area fungsional bisnis. Tidak ada organisasi yang memiliki kekuatan atau kelemahan yang sama di semua sektor ekonomi (Rangkuti, 2014).

Menurut Jogiyanto (2006), SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan sumber daya perusahaan, serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi.

- 1) Strengths (Kekuatan) merupakan berbagai sumber daya, keterampilan, maupun keunggulan lain yang berkaitan erat dengan kebutuhan pasar dan posisi pesaing, serta mampu dimanfaatkan secara optimal oleh perusahaan. Kekuatan ini mencerminkan kompetensi unggul yang mampu memberikan daya saing tersendiri bagi perusahaan di pasar.



- 2) Weaknesses (Kelemahan) mencerminkan keterbatasan yang dimiliki perusahaan, baik dalam hal sumber daya, keahlian, maupun kemampuan yang dapat menghambat pencapaian kinerja secara maksimal. Kelemahan ini bisa bersumber dari fasilitas yang tidak memadai, keterbatasan dana, lemahnya manajemen, ataupun kurangnya kemampuan di bidang pemasaran.
- 3) Opportunities (Peluang) adalah kondisi eksternal yang bersifat positif dan dapat memberikan keuntungan bagi perkembangan perusahaan. Peluang bisa muncul dari tren atau perubahan signifikan seperti kemajuan teknologi, serta semakin kuatnya relasi antara perusahaan dengan pelanggan maupun pemasok.
- 4) Threats (Ancaman) merupakan kondisi eksternal yang berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap stabilitas dan pencapaian tujuan perusahaan. Ancaman dapat berasal dari berbagai faktor, misalnya kebijakan pemerintah baru yang mungkin berdampak pada keberlangsungan strategi dan operasional perusahaan.

Matriks SWOT menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal ditangani melalui kekuatan dan kelemahan bawaan perusahaan. Matriks SWOT akan memudahkan perumusan berbagai strategi. Metode alternatif yang diterapkan harus berfokus pada pemanfaatan kekuatan, peningkatan kelemahan, pemanfaatan peluang komersial, dan mitigasi bahaya. Akibatnya, matriks SWOT akan memberikan empat kategori strategi alternatif: strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT (Kuncoro, 2003). Masing-masing solusi potensial ini dirujuk oleh Umar (2010):

a. Strategi SO (Strength–Opportunity)

Strategi ini dirancang dengan pendekatan yang menitikberatkan pada pemanfaatan seluruh keunggulan internal perusahaan guna menangkap dan mengoptimalkan setiap peluang yang tersedia.



b. Strategi ST (Strength–Threat)

Strategi ini disusun dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki perusahaan sebagai upaya untuk menghadapi dan mengurangi dampak dari berbagai ancaman yang mungkin timbul dari lingkungan eksternal.

c. Strategi WO (Weakness–Opportunity)

Pendekatan ini diterapkan dengan cara memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal sambil secara bersamaan mengurangi atau memperbaiki kelemahan internal perusahaan.

d. Strategi WT (Weakness–Threat)

Strategi ini bersifat defensif, yaitu dengan menekan berbagai kelemahan internal perusahaan serta menghindari atau meminimalkan dampak ancaman dari luar yang dapat menghambat kinerja perusahaan

## 2.7 IFE,EFE,QSPM

Menurut David (2011), Matriks evaluasi faktor internal merupakan alat yang digunakan untuk perumusan strategi perusahaan, mengevaluasi kekuatan utama dan kelemahan utama disuatu perusahaan, dan hal tersebut menjadi dasar untuk mengidentifikasi hubungan antar bidang dalam suatu perusahaan. Tahapan dalam pembuatan Matriks IFE sebagai berikut:

a. Dengan menentukan daftar dari beberapa faktor yang menjadi kekuatan perusahaan dan juga kelemahan perusahaan.

b. Melakukan pembobotan pada masing-masing faktor melalui wawancara atau an kuesioner yang ditujukan untuk profesional atau ahli. Dengan jumlah



total keseluruhan bobot 1,0, nilai bobot tersebut dicari dan dihitung berdasar tingkat prioritas melalui informasi dari pemilik bisnis. Bobot dari setiap faktornya memiliki fungsi untuk menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor.

- c. Menentukan rating menggunakan penyebaran kuesioner untuk dapat diisi oleh profesional atau ahli. Untuk tiap faktor, dilakukan pengisian dengan skala 1 hingga 4, yang mana 1 merupakan nilai terendah yang berarti faktor tersebut tidak penting, 2 merupakan faktor kurang penting, 3 merupakan faktor penting, dan 4 merupakan sangat penting.
- d. Selanjutnya melakukan penghitungan jumlah skor dengan cara mengalikan bobot dengan rating. Kemudian menjumlahkan skor yang didapat dari tiap faktor hingga mendapatkan nilai total skor. Total skor ini mengindikasikan posisi internal yang kuat atau lemah. Jika nilai rata-rata yang didapat dibawah 2,5 memperlihatkan kondisi internal yang lemah, begitu juga untuk nilai rata-rata melebihi 2,5 menandakan sedang lemahnya kondisi di dalam perusahaan.

Menurut David (2011), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal adalah alat yang digunakan sebagai penentu perumusan strategi yang membuat para penyusun strategi agar dapat merangkum dan melakukan evaluasi terhadap informasi yang berkaitan dengan faktor teknologi, ekonomi, budaya, sosial, politik, hukum, lingkungan, demografis, dan kompetitif. Faktor-faktor tersebut akan diberi pembobotan dan penilaian berdasarkan pendapat ahli pada suatu kelompok (Gupta et al., 2012). Tahapan dalam penyusunan matriks EFE adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan beberapa aspek-aspek dari luar yang turut berdampak penting terhadap peluang dan ancaman bisnis.
- b. Melakukan pembobotan pada masing-masing faktor melalui wawancara atau kuesioner yang ditujukan untuk profesional atau ahli. Dengan jumlah



total keseluruhan bobot 1,0, nilai bobot tersebut dicari dan dihitung berdasar tingkat prioritas melalui informasi dari pemilik bisnis. Bobot dari setiap faktornya memiliki fungsi untuk menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor.

- c. Menentukan rating menggunakan penyebaran kuesioner untuk dapat diisi oleh profesional atau ahli. Untuk tiap faktor, dilakukan pengisian dengan skala 1 hingga 4, yang mana 1 merupakan nilai terendah yang berarti kurang responsive, 2 merupakan cukup responsive, 3 merupakan responsive, dan 4 merupakan sangat responsive. Dengan melakukan pengisian rating dalam kuesioner ini cukup mengindikasikan seberapa responsive perusahaan dalam merespon adanya peluang dari luar perusahaan dan juga seberapa responsive perusahaan dalam menangani ancaman yang datang dari luar perusahaan.
- d. Selanjutnya melakukan penghitungan jumlah skor menggunakan cara melakukan perkalian bobot dengan rating. Kemudian menambahkan jumlah skor yang didapat dari masing-masing faktor hingga mendapatkan nilai total skor. Dengan melihat total skor, tentu dapat mengindikasikan kemampuan menghadapi peluang serta ancaman. Jika total skor 4,0 dapat mengindikasikan kemampuan responsible perusahaan dalam menanggapi datangnya ancaman dari luar dan juga merespon peluang dari luar dengan baik, maka sebaliknya jika mendapat hasil total skor 1,0 justru mengindikasikan kemampuan dalam menghadapi peluang maupun ancaman dengan sangat buruk. Dengan kata lain perusahaan kurang responsive terhadap adanya ancaman dari luar dan mengabaikan peluang. Hal demikian tentu tidak diharapkan dalam suatu kondisi perusahaan. Namun dengan penggunaan matriks ini diharapkan dapat mengetahui kondisi sebenarnya suatu perusahaan dengan baik agar dapat dilakukan perbaikan jika

a kurang baik.



Tahap akhir dalam perumusan strategi adalah tahap keputusan. Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM) adalah alat yang memungkinkan para ahli strategi untuk menilai alternatif strategi secara objektif berdasarkan kriteria keberhasilan penting internal dan eksternal yang telah ditetapkan sebelumnya (David, 2011). Perusahaan harus menentukan taktik yang paling efektif dan tepat untuk digunakan berdasarkan faktor internal dan internal mereka. Khususnya setelah tahap input dan pencocokan. QSPM digunakan untuk menilai daya tarik relatif beberapa strategi berdasarkan elemen keberhasilan penting eksternal dan internal perusahaan. Fitur penting QSPM adalah bahwa tekniknya dapat dianalisis secara berurutan atau bersamaan. Manfaat lain dari QSPM adalah bahwa ia memotivasi para ahli strategi untuk memasukkan aspek eksternal dan internal yang relevan ke dalam proses pengambilan keputusan. Membuat QSPM mengurangi kemungkinan mengabaikan aspek-aspek penting dan menetapkan signifikansi yang tidak proporsional. QSPM menekankan semua hubungan signifikan yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan strategis. Walaupun penyusunan QSPM memerlukan beberapa pilihan subjektif, pembuatan penilaian tambahan sepanjang proses meningkatkan kemungkinan bahwa kesimpulan akhir adalah optimal bagi organisasi (Wijaya, 2013).

## **2.8 Corporate Strategy**

Strategi Korporat Strategi korporat diterjemahkan dari bahasa Inggris sebagai strategi korporat. Strategi korporat terdiri dari dua istilah: 'strategi' dan 'korporat', yang masing-masing memiliki makna yang berbeda.

Strategi: banyak metode untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat didefinisikan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh seorang individu yang menggambarkan berbagai perilaku yang berkaitan dengan situasi atau permainan (Benoit dan Trigeorgis, 2011).



Korporasi adalah struktur hukum yang memungkinkan individu untuk menginvestasikan modal, upaya, dan sumber daya yang beragam untuk mendapatkan keuntungan (David, 2011). Korporasi juga dapat disebut sebagai pengelompokan atau perusahaan yang memiliki banyak anak perusahaan dan mengawasinya secara bersamaan. Untuk informasi lebih lanjut mengenai definisi perusahaan, buka istilah 'korporat'.

Strategi korporat, sebagaimana didefinisikan oleh Grant (2010), melibatkan penggambaran ruang lingkup perusahaan terkait persaingan dalam suatu industri atau pasar. Strategi ini mencakup berbagai keputusan, termasuk diversifikasi, integrasi vertikal, akuisisi, usaha baru, dan alokasi sumber daya di antara bisnis perusahaan. Andrews (1980: 18-19) mendefinisikan strategi perusahaan sebagai rencana yang dikembangkan dalam suatu perusahaan, di mana perusahaan berupaya mengubah kapabilitas tertentu menjadi keunggulan kompetitif.

Isu penting dari strategi perusahaan ini adalah mengidentifikasi bisnis mana yang akan dikembangkan, mana yang akan dipertahankan, dan mana yang akan dilepaskan. Pilihan untuk menembus pasar baru dengan produk inovatif (diversifikasi), metode masuk pasar (misalnya, akuisisi, pengembangan internal, usaha patungan), dan strategi untuk keluar dari bisnis (misalnya, spin-off, penjualan, likuidasi) adalah mekanisme untuk bersaing dan meningkatkan keunggulan komparatif. Kenichi Ohmae menegaskan bahwa perumusan strategi bisnis harus didasarkan pada preferensi konsumen; setelah itu, perusahaan harus menyediakan produk atau layanan yang selaras dengan keinginan dan harapan ini. Lebih jauh, tidak ada bukti yang menunjukkan bahwa motivasi berfungsi sebagai mekanisme pertahanan yang memaksa seseorang untuk terlibat dalam, bertahan dengan, atau menghentikan tindakan dalam mengejar tujuan yang

ig berasal dari motivasi itu (Heliani et al., 2021). Michael Porter



berpendapat bahwa dalam menyusun strategi perusahaan, penting untuk terlebih dahulu mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang ada atau potensial dan mengalokasikannya ke setiap unit bisnis. Peningkatan profitabilitas menunjukkan pengelolaan sumber daya yang unggul oleh perusahaan untuk menciptakan laba (Darmawan et al., 2021). Terciptanya keunggulan kompetitif ini berkaitan dengan masuknya peserta baru ke dalam industri, daya beli pelanggan, pengaruh pemasok, dan produk alternatif analog lainnya yang dapat dianggap sebagai pesaing bagi produk yang dianalisis.

## **2.9 Implementasi Strategi**

Implementasi strategi merupakan salah satu fase dalam manajemen strategi. Chandra (2018:20) menegaskan bahwa implementasi strategi mencakup semua kegiatan dan keputusan yang dibutuhkan perusahaan untuk pelaksanaan perencanaan strategis yang efektif. Implementasi strategis adalah proses mengubah tujuan dan kebijakan menjadi tindakan dengan merancang program, proses, dan anggaran. Implementasi biasanya dianggap sebagai fase lanjutan setelah perumusan strategi; namun, implementasi sangat penting untuk keberhasilan manajemen strategis. Menurut Wheelen dan Hunger sebagaimana dikutip dalam Prastiwi & Meirinawati, (2016:6), implementasi strategi merupakan proses manajemen yang mengaktualisasikan strategi dan kebijakan melalui pengembangan program, prosedur, dan anggaran. Untuk melaksanakan strategi, perusahaan memerlukan perumusan program, anggaran untuk pelaksanaan program, dan prosedur untuk memastikan program tersebut selaras dengan harapan.

