

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Pengembangan Produk Tabungan

##### 1. Pengertian Strategi

Strategi secara umum memiliki arti proses yang menentukan adanya perencanaan pemimpin dengan tujuan jangka panjang agar tujuan dapat dicapai. Dalam arti khusus strategi diartikan tindakan terus-menerus yang mengalami peningkatan serta tindakan yang dilakukan sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.<sup>1</sup> Menurut Marissa Grace dan dkk, Strategi memiliki pengertian rangkaian kegiatan yang diupayakan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan, karena potensi untuk mendapatkan atau menjual sesuatu masih diketahui hanya beberapa orang.<sup>2</sup> Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang disusun untuk melakukan sesuatu yang bertujuan meraih nilai dan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan.

##### 2. Pengertian Pengembangan Produk

Produk merupakan apa saja yang ditawarkan penjual kepada pasar agar bisa dibeli konsumen lalu dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan rasa puas para konsumen tersebut.<sup>3</sup> Dalam islam produk diartikan sebagai barang yang dipertukarkan, dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari serta berdaya guna secara konsumen, moral serta material. Produk meliputi

---

<sup>1</sup> Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen, Edisi Revisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019). 45.

<sup>2</sup> Marissa Grace Haque-Fawzi dan dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021). 34.

<sup>3</sup> M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran. Jelajahi dan Rasakan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2005). 67.

kualitas, keistimewaan, desain, bentuk, merek, ukuran, pelayanan dan sebagainya.<sup>4</sup> Menurut Sondang P. Siagian menjelaskan, Pengembangan Produk merupakan ketika perusahaan mengeluarkan produk baru yang diakomodasikan kepada pasar.<sup>5</sup>

Pengembangan Produk juga bisa diartikan strategi yang mengelola penjualan dengan cara memvariasi produk yang sudah ada.<sup>6</sup> Jadi dapat disimpulkan Pengembangan Produk adalah strategi perusahaan dalam memperbaiki atau memberi tambahan kelebihan kepada suatu produk agar dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat dan bersaing dengan pesaing lain. Pengembangan produk bertujuan menarik minat para pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan.

### 3. Langkah-langkah Pengembangan Produk

Dalam proses pengembangan produk melewati beberapa langkah-langkah. Ada 9 langkah dalam proses pengembangan produk yaitu :

a) Memikirkan serta menentukan ide.

Langkah pertama ini sangat penting yaitu dalam menentukan ide sangat berhati-hati dan sesuai keinginan atau diminati paling banyak oleh konsumen. Maka dari itu sebelum menentukan ide harus melihat keinginan dan kebutuhan pasar dengan cara survey secara langsung.

---

<sup>4</sup> M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy & Ethics* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008). 15.

<sup>5</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016). 23.

<sup>6</sup> Serdarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: Refika Aditama, 2014). 25.

b) Memilah-milah ide yang akan diambil.

Setelah survey secara langsung ke pasar dan mengerti kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Maka ide-ide tersebut harus dipilah-pilah kembali dan akan diambil mana yang paling banyak dibutuhkan dan diinginkan.

c) Mengembangkan konsep dan *testing*.

Ide yang sudah ditentukan kemudian di susun konsep serta penyesuaian seperti kebutuhan dan keinginan yang dibutuhkan, lalu ide siap untuk di uji coba bagaimana hasilnya gagal atau keberhasilan.

d) Pengembangan strategi pemasaran

Ide yang didapatkan dan dikembangkan konsep pengembangannya akan ditambahi dengan cara bagaimana produk itu akan disebar luaskan melalui bagian pemasaran.

e) Analisis bisnis.

Kegiatan yang dilakukan untuk mengamati, menganalisa dari mulai hal yang detail sampai menguraikan bagaimana pengembangan ide tersebut dilakukan.

f) Pengembangan produk dan Percepatan Pengembangan Produk

Proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produknya serta memperbaiki produk lama dengan cara menambahkan keunggulan serta mengurangi kekurangannya. Pengembangan produk sesuai ide yang sudah diputuskan harus cepat diselesaikan. Karena bersaing dengan waktu juga dengan pesaing lain yang mungkin akan mengeluarkan ide yang hampir sama.

g) *Testing* pemasaran

Pengujian secara langsung produk yang dikembangkan sebelumnya menggunakan *marketing mix* dalam rancangan eksperimen.

h) Evaluasi produk yang sudah dikeluarkan di pasar.

Produk yang sudah terjun ke pasar dan digunakan konsumen akan dilihat bagaimana perkembangannya. Apakah konsumen dengan senang hati menerima atau ada yang mengajukan komplain.

Biasanya ada tiga jenis kegiatan dalam strategi pengembangan produk antara lain:<sup>7</sup> mengembangkan produk baru, meningkatkan macam-macam kualitas produk lama serta meningkatkan model serta bentuk tambahan terhadap produk lama.

#### 4. Pengertian Produk Tabungan

Salah satu produk bank syariah yaitu penghimpunan dana dari masyarakat. Antonio menjelaskan bahwa Penghimpunan dana bank syariah menggunakan prinsip *wadi'ah* dan prinsip *mudharabah*. Penghimpunan dana yang menggunakan kedua prinsip tersebut adalah tabungan, giro dan deposito.<sup>8</sup> Tabungan merupakan indikator penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, salah satunya yaitu mengembangkan modal, stabilitas ekonomi dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Peningkatan tabungan dapat meningkatkan pembentukan modal dan kegiatan produksi yang dapat menciptakan lapangan kerja dan menstabilkan perekonomian masyarakat.

---

<sup>7</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016). 28.

<sup>8</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001). 78.

## 5. Jenis-jenis Tabungan pada Bank Syariah

### 1) Tabungan *wadi'ah*

*Al-wadiah* adalah produk penghimpunan dana menggunakan prinsip simpanan murni. Yaitu dana pihak penyimpan yang dititipkan dimanfaatkan atau tidak sesuai dengan ketentuan oleh pihak penerima titipan. Pihak yang menerima titipan harus menjaga dan memelihara dana yang dititipkan serta pihak yang menitipkannya bisa mengambil dana titipan ini sewaktu-waktu pada saat dana titipan tersebut dibutuhkan.<sup>9</sup>

Menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* karena *wadi'ah yad dhamanah* memiliki implikasi hukum yang sama dengan *qardh*, maka nasabah dan bank tidak boleh saling menjanjikan untuk membagikan keuntungan tetapi bank syariah diperkenankan memberikan bonus selama tidak disyaratkan di awal. Dengan kata lain, pemberian bonus merupakan kebijakan bank syariah yang bersifat sukarela.<sup>10</sup>

#### A. Macam-macam tabungan *wadi'ah*

1. Tabungan *wadi'ah yad amanah* yaitu akad penitipan uang atau barang dimana pihak penerima tidak diperbolehkan menggunakan barang atau uang serta tidak menanggung kerusakan atau kehilangan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan.<sup>11</sup>
2. Tabungan *wadi'ah yad dhamanah* yaitu akad penitipan uang atau barang dimana pihak penerima dapat memanfaatkan barang atau uang titipan

<sup>9</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011). 45.

<sup>10</sup> Adiwarna A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo, 2008). 56.

<sup>11</sup> Sumarto Sulkifli, *Panduan Transaksi Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003). 98.

tersebut. Semua keuntungan serta manfaat yang diperoleh merupakan hak penerima titipan. Pada transaksi ini, pihak penitip tidak perlu mengeluarkan biaya, bahkan dapat memperoleh bonus atau hadiah dari kebijakan pihak yang menerima titipan.

## 2) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* adalah produk penghimpunan dana bank syariah dimana bank bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal* yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Dimana pengelolaan dana ini secara mutlak diberikan kepada *mudharib* oleh nasabah dan tidak ada batasan dalam penelolaannya asal tidak melanggar prinsip syariah.<sup>12</sup>

Nasabah akan menerima bagi hasil nisbah dari bank syariah setiap akhir bulan. Dimana nisbah tersebut sudah ditentukan ketika pembukaan rekening tabungan *mudharabah*. Bagi hasil atau nisbah yang diperoleh nasabah akan selalu berubah karena adanya *fluktuasi* pendapatan bank syariah dan *fluktuasi* dana tabungan nasabah.

### b. Macam-macam tabungan *mudharabah*

1. Tabungan *mudharabah mutlaqah* yaitu akad dimana nasabah tidak memberikan persyaratan tentang bisnis atau usaha yang akan dilakukan oleh bank syariah. Dengan kata lain, tidak ada pembatasan bagi bank syariah dalam menggunakan dana yang dihimpun untuk menyalurkan dana ke bisnis manapun selama bisnis tersebut tidak melanggar syariat Islam.

---

<sup>12</sup> Mia Lasmi Wardiyah, *Pengantar Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2019). 48.

Bank syariah wajib memberitahukan nisbah, tata cara pembagian keuntungan dan risiko yang ditimbulkan dari penyimpanan dana.<sup>13</sup>

2. Tabungan *mudharabah muqayyadah on balance sheet* yaitu akad dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank syariah dalam menggunakan dana yang telag dihimpun. Seperti, dapat disalurkan atau ditentukan untuk beberapa bisnis. Serta bank syariah wajib memberitahukan kepada nasabah mengenai nisbah, tata cara pembagian keuntungan serta resiko. Apabila sudah tercapai kesepakatan, maka akan dicantumkan dalam akad dan bank syariah akan menerbitkan bukti simpanan khusus.<sup>14</sup>

6. Keunggulan Produk Tabungan antara lain :

- a) Aman dan terjamin.
- b) Kemudahan bertransaksi menggunakan layanan *e-banking*.
- c) Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.
- d) Dana investasi atau dana kebutuhan mendesak.
- e) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan pada Bank Jatim Syariah Kediri.
- f) Diikutkan dalam progam penjaminan pemerintah.
- g) Nasabah memiliki hak untuk mengetahui cara asetnya di investasikan.
- h) Tersedia produk tabungan rencana masa depan. Seperti: produk tabungan qurban, haji, wakaf dan sebagainya.
- i) Dapat mengelola keuangan dengan terencana.

---

<sup>13</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016). 55.

<sup>14</sup> Mia Lasmi Wardiyah, *Pengantar Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2019). 78.

7. Kelemahan produk tabungan antara lain :

- a) Investasi yang terbatas. Karena bank syariah melindungi kerugian modal sehingga bank syariah tidak dapat dana ke proyek-proyek beresiko tinggi.
- b) Distribusi profit menguntungkan penyimpan.
- c) Memiliki limit transaksi.

Strategi Pengembangan Produk Tabungan adalah proses yang dilakukan perusahaan dalam menentukan adanya perencanaan strategi perusahaan dalam memperbaiki kekurangan atau memberi kelebihan produk tabungan agar memenuhi kebutuhan serta ekspektasi keinginan masyarakat. Serta dapat menunjukkan daya saing yang dimiliki. Pengembangan produk tabungan memperbaiki kekurangan serta menambah keunggulan yang dimiliki produk tabungan sehingga dapat menarik konsumen sehingga memiliki daya tarik sendiri kepada konsumen atau nasabah.

## B. Daya Saing

### 1. Pengertian daya saing

Menurut Philip Kotler menjelaskan Daya Saing adalah kemampuan sebuah organisasi dalam industri untuk menghadapi berbagai tantangan dalam lingkungan mencakup daya saing perusahaan, domestik dan negara.<sup>15</sup> Bisa juga diartikan menciptakan kualitas produk yang diciptakan oleh perusahaan untuk bersaing dengan pesaing lain. Dalam Islam sendiri ada aturan-aturan yang harus ditaati serta dicermati untuk menghindari

---

<sup>15</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Alih bahasa Bob Sabran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008). 44.



persaingan yang tidak sehat yaitu para pihak yang bersaing, ragam persaingan serta jasa atau produk dalam persaingan.<sup>16</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa daya saing adalah kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan atau perbankan untuk menunjukkan kelebihan serta daya tarik sendiri yang dimiliki untuk menarik nasabah atau konsumen untuk menggunakan produk yang dimiliki dan meningkatkan daya saing yang dimiliki untuk bersaing dengan pesaing lain dengan aturan-aturan yang baik dan tidak menggunakan trik-trik kotor untuk mendapatkan kemenangan.

## 2. Konsep Indikator Daya Saing

Menurut Porter menyatakan konsep indikator daya saing ada 3 antara lain:

1. Harga produk, untuk menciptakan kemenangan dalam persaingan maka harga dari sebuah produk harus masuk akal. Serta tidak diperbolehkan menjatuhkan pesaing dengan cara membanting harga.
2. Kualitas produk merupakan bagaimana suatu produk dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dari keseluruhan kelebihan serta ciri khas yang dimiliki oleh suatu produk.
3. Keunggulan Produk adalah kualitas, keistimewaan, desain, gaya yang sudah dibuat sedemikian rupa oleh perusahaan agar menarik minat, kepercayaan serta loyalitas dari masyarakat.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Wijajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2006). 39.

<sup>17</sup> Michael E. Porter, *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2008). 58.

### 3. Cara Mempertahankan Daya Saing Produk

Beberapa cara yang dilakukan untuk mempertahankan daya saing produk dari pesaing lainnya yaitu :

- a) Menyempurnakan produk yaitu meminimalisir celah yang dibuat agar citra produk menjadi sempurna.
- b) Memberikan konsultasi gratis tentang bagaimana penggunaan serta peningkatan nilai produk.
- c) Memantau perkembangan produk di masyarakat, apakah berjalan dengan baik atau sebaliknya.<sup>18</sup>

## C. Manajemen Strategi

### 1. Pengertian Manajemen Strategi

Menurut Sedarmayanti manajemen strategi merupakan susunan kegiatan dalam pengambilan keputusan yang bersifat pokok disertai bagaimana cara penerapannya sesuai contoh pimpinan lalu dilakukan oleh semua pihak yang ikut andil.<sup>19</sup> Irham Fahmi menjelaskan bahwa manajemen strategi adalah rencana tersusun dimana pengelolaannya mempertimbangkan semua sisi agar pengaruh positif maksimal kepada perusahaan.<sup>20</sup> Sedangkan menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough yang dikutip dalam buku Manajemen Strategi oleh Hery, manajemen strategi merupakan susunan kinerja jangka panjang yang terdapat dalam keputusan serta tindakan

---

<sup>18</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Wijajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2006). 58.

<sup>19</sup> Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: Refika Aditama, 2014). 67.

<sup>20</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategis* (Bandung: Alfabeta, 2014). 45.

yang dibuat manajerial dalam sebuah organisasi.<sup>21</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah rencana yang sudah disusun oleh pimpinan atau manajemen berkaitan dengan kinerja jangka panjang serta tujuan yang akan dicapai oleh organisasi.

## 2. Tahap-Tahap Manajemen Strategi

Ada beberapa tahap manajemen strategi yaitu :

- a) Perumusan Strategi terdiri dari pengembangan visi, misi, identifikasi peluang, kelemahan, kekuatan, ancaman eksternal dan internal suatu organisasi serta mengetahui pencapaian jangka panjang organisasi. Karena setiap organisasi pasti mempunyai sumber daya terbatas, maka harus mempersiapkan strategi alternatif yang meminimalisir kelemahan serta memaksimalkan kekuatan perusahaan,
- b) Penerapan Strategi yaitu bagaimana perusahaan menerapkan strategi yang sudah dibuat yaitu menerapkan kepada karyawan dan manager. Penerapan strategi berhasil tergantung manager memotivasi karyawan agar semangat bekerja sesuai strategi yang diterapkan.
- c) Penilaian Strategi merupakan tahap akhir manajemen strategi. Penilaian strategi diperlukan apakah strategi sudah berhasil atau masih ada beberapa kekurangan yang harus ditutup lagi. Penilaian strategi mendasar terdapat tiga aktivitas yaitu : pemeriksaan ulang faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi, penilaian kinerja setelah strategi di terapkan dan

---

<sup>21</sup> Hery, *Manajemen Strategi* (Jakarta: ISBN, 2018). 76.

pengambilan langkah untuk menghilangkan kekurangan setelah strategi diterapkan.<sup>22</sup>

### 3. Pengertian Manajemen Strategi Syariah

Menurut Yusanto dan Wijajakusuma yang dikutip oleh Abdul Halim Usman, manajemen strategi syariah adalah suatu proses rangkaian aktivitas penentuan pencapaian bisnis yang berlandaskan tauhid dan syariah.<sup>23</sup> Dapat dikatakan juga manajemen strategi syariah adalah proses perencanaan yang dilakukan perusahaan atau perbankan syariah sesuai ajaran Islam tetapi tetap mementingkan tujuan dari perencanaan tersebut. Sebagai kaidah berfikir tauhid dan syariah berfungsi sebagai asas atau dasar pola pikir sedangkan kaidah amal syariah berfungsi sebagai tolak ukur aktivitas organisasi. Dimana memiliki azas tauhid, orientasi duniawi-ukrawi serta motivasi. Seperti yang terkandung dalam Al-Qur'an surat Al-Hasyr Ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ  
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya :

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan." (QS. Al-Hasyr Ayat 18)<sup>24</sup>

Perencanaan dalam islam ditunjukkan dalam Al-qur'an surat Al-Hasyr ayat 18 yaitu bagaimana kita merencanakan kehidupan hari ini (dunia)

<sup>22</sup> Serdarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: Refika Aditama, 2014). 87.

<sup>23</sup> Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015). 67.

<sup>24</sup> M. Quraish Shihab, *Al-Qur'an dan Maknanya* (Tangerang: Lentera Hati, 2013). 109.

untuk kebaikan kehidupan esok hari (akhirat). Sehingga dalam merencanakan segala sesuatu sesuai ajaran-ajaran syariat Islam. Dimana memiliki tolak ukur syariah. Tolak ukur syariah merupakan batas-batas antara halal dan haram. Tolak ukur syariah dipakai untuk pembeda kegiatan yang haram serta yang halal, sehingga kegiatan tersebut dilakukan sesuai syariah islam dan tidak melanggar norma-norma syariah. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi syariah yaitu proses aktivitas manajemen islami mencakup formulasi, implementasi dan evaluasi strategi mencapai tujuan organisasi berlandaskan nilai-nilai Islam dari Al-Qur'an menjadi landasan strategis seluruh kegiatan dilengkapi azas tauhid, orientasi *duniawi-ukhrawi* serta motivasi diterapkan dalam penetapan visi, misi perusahaan dengan tujuan kebahagiaan dunia dan kebahagiaan akhirat. Ini sesuai dengan QS. Az-Zukhruf Ayat 32 :

أَهُمْ يَفْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا  
بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا  
يَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya :

"Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami lah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan." (QS. Az-Zukhruf Ayat 32).<sup>25</sup>

<sup>25</sup> H. Oemar Bakry, *Tafsir Rahmat* (Jakarta: Mutiara, 1983). 98.

#### 4. Karakter Manajemen Strategi Syariah

Prinsip-prinsip syariah mempunyai kesamaan dengan manajemen strategi syariah yaitu praktik analisis situasi, perumusan strategi, penerapan strategi dan evaluasi strategi dengan nilai-nilai syariah pada misi, visi dan nilai sesuai A-Qur'an dan Hadist.<sup>26</sup> Yang membedakan manajemen strategi syariah dengan manajemen strategi konvensional yaitu sembilan karakter khas yang dimiliki oleh manajemen strategi syariah antara lain :

- a. Asas yaitu prinsip-prinsip perencanaan sesuai dengan tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan tidak hanya keuntungan dunia tetapi juga keuntungan untuk akhirat.
- b. Motivasi yaitu dorongan yang diberikan kepada karyawan agar lebih dekat dengan tujuan mereka sehingga mau berkerja sungguh-sungguh.
- c. Orientasi yaitu arah perusahaan dalam menciptakan perilaku yang tepat sehingga kinerja menjadi unggul.
- d. Strategi induk merupakan arah mendasar untuk tindakan strategi yang ditetapkan. Salah satunya adalah strategi pengembangan produk.
- e. Strategi fungsional operasi yaitu bidang manajemen berkaitan dengan pengawasan, perencanaan serta pengendalian proses produksi.
- f. Strategi fungsional keuangan yaitu manajemen yang berkaitan dengan pengawasan, perencanaan serta pembuatan laporan keuangan.

---

<sup>26</sup> Emma Rchmawati dan Sri Rahayu, *Modul Pembelajaran Manajemen Strategis (untuk Organisasi Pelayanan Kesehatan)* (Tangerang: Media Sains Indonesia, 2022). 36.

- g. Strategi fungsional pemasaran yaitu manajemen yang berkaitan dengan perluasan produk atau jasa perusahaan kepada masyarakat sesuai strategi yang diterapkan.
- h. Strategi fungsional SDM yaitu manajemen yang berkaitan dengan pengawasan terhadap kualitas dan kuantitas dari sumber daya manusia perusahaan.
- i. Sumber daya yaitu sesuatu yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan.<sup>27</sup>

#### 5. Perbedaan Manajemen Strategi dan Manajemen Strategi Syariah

Perbedaan mendasar antara manajemen strategi konvensional dengan manajemen strategi syariah tidak terlihat dari bagaimana cara mengukur (*how to measure*) melihat bagaimana mendapatkan keuntungan atau kegagalan. Tetapi apa yang dinilai (*what to measure*) dalam proses serta dasar yang digunakan dalam penerapan sampai proses hingga evaluasi itu dilakukan.<sup>28</sup> Serta pengambilan keputusan manajer. Dalam manajemen strategi konvensional ketika menghadapi masalah dan pengambilan keputusan untuk menyelesaikan masalah. Melihat dari pengalaman manajer sebelumnya atau pengalaman sebelumnya yang pernah dialami. Sedangkan pada manajemen strategi syariah ketika menghadapi masalah dan harus menyelesaikan suatu masalah berlandaskan pada kaidah-kaidah Allah SWT pada Al-Qur'an, hadist serta teladan dari nabi Muhammad SAW dan para

---

<sup>27</sup> Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015). 58.

<sup>28</sup> Herlina, *Implementasi Pembiayaan Murabahah Dan Strategi Manajemen Risiko Pada Bank Syariah* (Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2021). 45.

sahabat dalam mengambil keputusan pada zamannya ketika memimpin. Ini sesuai dengan Al-Qur'an surat Al-Hasyr Ayat 18 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَتُنظُرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya :

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan."(QS. Al-Hasyr Ayat 18)<sup>29</sup>

Dimana setiap keputusan yang telah kita ambil akan berdampak kepada kehidupan di dunia maupun akhirat. Serta berdampak kepada orang-orang disekitar kita. Dalam dunia perbankan syariah orang-orang ini seperti karyawan serta nasabah yang ada di bank syariah. Sehingga dalam menyusun strategi, perencanaan maupun pengambilan keputusan sesuai dengan keadaan yang baik dan tidak merugikan kedua belah pihak.

## 6. Manajemen Strategi Bank Syariah

Perbankan syariah harus memiliki manajemen strategi yang mempengaruhi dibentuknya visi, misi, strategi dan kebijakan perbankan dengan tujuan meningkatkan daya saing bank syariah tersebut. Dengan penerapan manajemen strategi yang berjalan sesuai tujuan perusahaan akan membuat perbankan syariah memiliki daya tarik serta daya saing tinggi.<sup>30</sup>

<sup>29</sup> M. Quraish Shihab, *Al-Qur'an dan Maknanya* (Tangerang: Lentera Hati, 2013). 110.

<sup>30</sup> Arif Zunaidi dan Sri Anugerah N., "Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah", *Wadiah : Jurnal Perbankan Syariah*, 106-109.

<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/wadiah/article/download/98/72>



Manajemen strategi sebagai tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana demi pencapaian sebuah tujuan perusahaan. Ada 3 aktivitas penting dalam manajemen strategi yaitu menyusun perencanaan, melaksanakan dan pengendalian. Tiga hal ini berkaitan satu sama lain dan tidak bisa dipisahkan atau dipilih salah satu saja.<sup>31</sup> Penerapan manajemen strategi syariah pada perbankan syariah merupakan langkah penting dalam meningkatkan kepercayaan nasabah dan profitabilitas perbankan syariah. Dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah dalam seluruh aspek bisnis, seperti pengambilan keputusan investasi, pengembangan produk dan layanan serta manajemen risiko.

Pada manajemen strategi syariah yang ditetapkan pada perbankan syariah tentunya harus ada rencana strategi yang akan dilakukan pada bank syariah. Rencana strategi dirancang dan dipersiapkan dengan memperhatikan target rencana untuk jangka panjang termasuk didalamnya untuk hari esok atau akhirat. Penerapan strategi ada tiga tingkatan yaitu :<sup>32</sup>

- a) Strategi Perusahaan yaitu rencana perusahaan dalam menargetkan sasaran pada lingkup ekonomi dan sosial untuk mengelola bisnis jangka panjang. Contohnya bank syariah membuat kebijakan dalam fokus target yang lebih kecil namun dikelola secara maksimal.

---

<sup>31</sup> Ohn A.Pearce, Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi dan Pengendalian Cet XI (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013). 79.

<sup>32</sup> Mardatila Agniya dan Asnaini, Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Perbankan Syariah (Perum Bukit Timur : CV Brimedia Global, 2020). 45.

- b) Strategi Bisnis yaitu strategi yang berfokus bagaimana rencana bisnis yang dirancang dapat diterapkan dengan sebaik-baiknya. Strategi berfokus pada sasaran bisnis (bersaing dengan pesaing), kebijakan operasi untuk pengarahannya pada produk atau jasa dan membuat target lebih sempit tetapi memberikan pelayanan terbaik sehingga mendapatkan *feedback* yang baik.
- c) Strategi fungsional yaitu strategi yang berfokus pada rencana yang dilakukan perusahaan atau bank syariah untuk mencapai tujuan bisnis. Yang memiliki fungsi seperti pemasaran, keuangan, produk (barang atau jasa) dan sumber daya manusia (pelayanan).

Tingkat keuntungan yang akan didapatkan oleh perbankan syariah tentunya harus diperhatikan secara seksama agar semua pihak yang terlibat mendapatkan keuntungan secara adil tanpa memihak salah satu pihak. Begitu juga kerugian didalamnya maka semua pihak terlibat akan merasakan kerugian yang sama atau sesuai dengan kesepakatan yang berlaku. Selain tiga strategi di atas tentu ada beberapa strategi pendukung agar bank syariah memenangkan persaingan. Seperti strategi defensiasi yaitu memproduksi barang yang memiliki keunikan sendiri untuk menarik nasabah, strategi kepemimpinan biaya yaitu memberikan keringanan biaya dalam produknya, namun tetap mempertahankan kualitas produk dan strategi fokus yaitu bank syariah berfokus pada satu hal baik pada produknya dengan keunggulannya. Dengan begitu akan lebih menghemat tenaga untuk bisa bertahan dan menguasai pasar.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Sri Budi Cantika dan Amirullah, Manajemen Strategik (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002). 59.

