

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Bank

##### 1. Pengertian Strategi

Strategi Bank adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar, produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.<sup>1</sup>

Strategi merupakan fondasi tujuan organisasi, dan strategi dalam hakikatnya perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut. Maka strategi adalah wujud rencana dalam bidang pemasaran yang ditetapkan dan dijalankan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dari pengertian diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi bank adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan mengeluarkan dalam bentuk pembiayaan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>2</sup>

##### 2. Macam-macam Strategi Bank

Macam-macam Strategi Bank Dalam prakteknya setiap lembaga keuangan memiliki macammacam strategi secara umum terbagi menjadi tiga yaitu:

- a. Strategi perusahaan yaitu strategi yang disusun pada puncak organisasi yang menyatakan bisnis-bisnis yang akan masuk oleh suatu organisasi (perbankan)
- b. Strategi bisnis yaitu strategi yang memfokuskan bagaimana bersaing dalam suatu bisnis tertentu.
- c. Strategi fungsional yaitu berfokus pada jangka pendek, mempunyai perhatian terhadap sub-aktivitas fungsional (oprasi keuangan, memasarkan, sumber daya lain-lain).<sup>3</sup>

##### 3. Strategi Marketing ( Pemasaran) Bank

---

<sup>1</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Renika Cipta, 2009), 339.

<sup>2</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 49.

<sup>3</sup> Amin Widjaya Tunggal, *"Manajemen Suatu Pengantar"*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2002), 160.

Strategi Marketing Bank Strategi berasal dari kata Yunani “*Strategos*” yang berarti Jendral. Strategi secara harfiah berarti seni para Jendral. Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan arah tindakan serta sumber daya diperlakukan untuk encapai sasaran dan tujuan itu.<sup>4</sup>

Strategi marketing (pemasaran) adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi marketing (pemasaran) pada dasarnya merupakan rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, pada suatu kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan suatu pemasaran. Untuk membangun sebuah pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan bauran pemasaran yang mencakup variabel-variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikendalikan oleh perusahaan yang digunakan untuk mencapai market share yang telah ditetapkan dan digunakan untuk memuaskan konsumen.

Pada dasarnya bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk barang dan produk jasa. Bauran pemasaran untuk produk barang terdiri dari empat jenis yang biasanya disebut dengan “4P” yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*) sedangkan untuk bauran pemasaran produk jasa lebih luas dari pada produk barang, yaitu ditambah tiga elemen lagi yaitu orang (*people*), bukti fisik (*physicl evidence*), proses (*proccess*).<sup>5</sup>

#### 4. Tujuan Strategi Bank

Strategi dalam bank bertujuan untuk menciptakan kondisi paling menguntungkan untuk penjualan produk. secara umum, sebuah strategi memiliki komponen-komponen strategi yang dipertimbangkan dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan yaitu:

- a. Kompetensi yang berbeda Kompetensi yang berbeda adalah suatu yang dimiliki oleh perusahaan dimana perusahaan melakukannya dengan baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya.

---

<sup>4</sup> Pandji Anoraga, “*Manajemen Bisnis*”, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), 339.

<sup>5</sup> Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 67.

- b. Ruang lingkup Ruang lingkup adalah lingkungan dimana organisasi atau perusahaan tersebut beraktivitas, lokal, regional, dan internasional adalah salah satu contoh ruang lingkup dari kegiatan organisasi.
- c. Distribusi sumber daya Distribusi sumber daya adalah sebuah perusahaan memanfaatkan dan mendistribusikan sumber daya yang dimiliki untuk menerapkan strategi perusahaan.<sup>6</sup>

## **B. Nasabah**

### **1. Pengertian Nasabah**

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang atau badan yang memiliki rekening pada suatu bank.<sup>7</sup> Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (*korporasi*) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.<sup>8</sup>

Semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan sesuatu transaksi perbankan cukup berhenti di satu bank saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan. Dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok:

#### **a. Nasabah baru**

Nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya mau untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.

#### **b. Nasabah biasa**

---

<sup>6</sup> Ernie Tisnawati dan Kuriawan Saefullah, *Pengantar Manajemen Edisi 1*, (Jakarta: Kencana, 2006), cet ke-2, 133.

<sup>7</sup> Mintardjo, "Administrasi Bank Manual Operasional Kantor Cabang". (Jakarta: Erlangga, 2013), 34.

<sup>8</sup> Ibid

Artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi melakukan transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.

c. Nasabah utama (*primer*)

Artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita pelanggan atau nasabah *primer* selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak lagi diragukan loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipupuk.

## 2. Sifat-Sifat Nasabah

Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang *customer service* mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat-sifat yang berbeda, misalnya daerah asal, agama, pendidikan, pengalaman, dan budaya. Secara umum setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian.<sup>9</sup>

Berikut sifat-sifat nasabah yang harus dikenal:

a. Nasabah dianggap sebagai raja

Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat *customer service* itu sendiri.

b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Tugas *customer service* ialah berusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

---

<sup>9</sup> Basu DH Swastha, "Asas-Asas Marketing", (Jakarta: Jakarta Press, 2010),39.

Sebagai *customer service* harus dapat mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

e. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.<sup>10</sup>

### C. Tabungan Haji

#### 1. Pengertian Tabungan

Dalam Islam Tabungan adalah nilai moral Islam dan prinsip ekonomi islam yang mengatakan bahwa manusia tidak boleh berlebihan dalam bermuamalah karena Allah sangat tidak menyukai perilaku *Israf* (pemborosan) dan *Tabzir* (menghamburkan harta tanpa guna) dan harus hidup hemat. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa motivasi menabung merupakan nilai moral hidup sederhana dan keutamaan tidak fakir, dan adanya tabungan bisa memajukan umat muslim untuk sering melakukan kegiatan investasi sehingga dapat menimalisir kesenjangan sosial yang ada.

#### 2. Pengertian Tabungan Haji

Tabungan Haji yaitu simpanan yang menggunakan akad wadi'ah yang Pengambilannya bisa dilaksanakan setelah jeda waktu yang sudah disepakati sebelumnya dan calon jamaah haji telah mampu menunaikan ibadah haji.<sup>11</sup>

Dalam surat Al-Baqarah ayat 196 juga menjadi dasar diwajibkannya haji bagi umat Islam.

---

<sup>10</sup> Muhammad Adam. "Manajemen Pemasaran Jasa". (Bandung: ALFABETA, 2015), 61.

<sup>11</sup> Wiroso. "Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah" ( Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005 ),35.

Artinya: "Dan sempurnakanlah ibadah haji serta umroh karena Allah SWT." (QS AlBaqarah: 196).<sup>12</sup>

Sedangkan yang bersumber dari hadits Shohih Bukhori adalah riwayat dari Abu Hurairah adalah sebagai berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ حَجَّ لِلَّهِ فَلَمْ يَرْفُثْ وَلمْ يَفْسُقْ رَجَعَ كَيَوْمِ وَلَدَتْهُ أُمُّهُ ( رواه ابو هريره )

Dari Abu Hurairah RA berkata: Aku mendengar Nabi Sallallahu wasallam bersabda: "Barang siapa yang melaksanakan haji lalu dia tidak berkata kotor dan tidak berbuat fasik, maka dia kembali seperti hari saat dilahirkan oleh ibunya".<sup>13</sup>

Sebenarnya Tabungan haji tidak jauh berbeda dengan tabungan lainnya. Tabungan haji merupakan simpanan pihak ketiga yang pengambilannya dilaksanakan ketika nasabah hendak menjalankan ibadah haji, ataupun pada situasi tertentu sesuai pada perjanjian nasabah. Jadi sesuai pada tujuan dibukanya tabungan ini, tabungan inipun hanya dapat diperuntukkan untuk tujuan ibadah haji atau umroh sesuai pada akad awal pembukaan tabungan, tabungan inipun tidak diperbolehkan di tarik setiap saat seperti jenis tabungan yang lainnya. tetapi tabungan ini dapat ditutup sebab pembatalan karena permintaan nasabah.<sup>14</sup>

### 3. Manfaat tabungan Haji

- 1). Dana nasabah dijamin aman.
- 2). Tidak dipungut biaya administrasi setiap bulan.
- 3). pendaftaran nomor porsi Siskohat didaftarkan setelah saldo rekening nasabah minimal Rp.25 juta.<sup>15</sup>

Dengan adanya tabungan haji masyarakat bisa menyimpan dananya di Bank Syariah manapun tentunya yang bekerjasama dengan kemenag sebagai penerima setoran dana

<sup>12</sup> Kementrian Agama RI " *Mushaf Al Qur'an Tajwid dan Terjemah*" ( Solo: Abyan, 2014), 40.

<sup>13</sup> Hadits Shahih Bukhori, 1424.

<sup>14</sup> Bank.muamalat.co.id. (diakses pada 08 November 2020, pukul 12:55 WIB).

<sup>15</sup> [http://www.bankjatim.co.id/id/syariah/produk\\_layanan/dana/tabungan-haji-amanah](http://www.bankjatim.co.id/id/syariah/produk_layanan/dana/tabungan-haji-amanah) (diakses 22 Desember 2020, pukul 15.00 WIB).

haji. jikalau dana nasabah sudah melampaui batas minimal yaitu 25 juta, maka pihak perbankan baru akan melaksanakan proses pendaftaran dan pemorsian haji di kemenag.

## D. Manajemen Syariah

### 1. Pengertian Manajemen Syariah

Manajemen Syariah adalah manajemen yang tidak bebas nilai, karena manajemen syariah tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia, tetapi juga berorientasi kepada kehidupan di akhirat (nanti di sana), yang hanya bisa dipahami dalam sistem kepercayaan agama Islam.

Manajemen dalam Islam juga memiliki dua unsur penting yaitu subyek dan obyek. Subyek itu pelaku/manajer, dan obyek itu tindakan manajemen yang terdiri dari organisasi, sumber daya manusia, dana, operasi/produksi, pemasaran, dan sebagainya, dan memiliki empat fungsi utama yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).<sup>16</sup>

Negara Islam pada zaman Rasulullah SAW, *Khulafaur Rasyidin*, *Dinasti Umayyah* dan *Abbasyyah* telah menjalankan fungsi-fungsi manajemen tersebut di atas, meski belum menggunakan istilah seperti sekarang. Rasul dan para sahabat telah menggunakan manajemen untuk mengatur kehidupan dan bersandar pada pemikiran manajemen Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan petunjuk Rasulullah (hadis). Sangat keliru jika ada yang mengatakan manajemen belum diterapkan di masa-masa awal Islam. Di antara ayat Al Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW yang menjadi dasar kegiatan manajemen adalah:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَتْهُمْ بُنْيَانًا مَرْضُوصًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berjuang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”.( Q.S. Ash-Shaff: 4)<sup>17</sup>

Kokoh di sini maksudnya adanya sinergi yang rapi antara bagian yang satu dengan bagian yang lain. Jika hal ini terwujud akan menghasilkan suatu (pencapaian

<sup>16</sup> Ahmad Ibrahim Abu Sin, “*Manajemen Syariah*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 29.

<sup>17</sup> Kementrian Agama RI” *Mushaf Al Qur'an Tajwid dan Terjemah*” ( Solo: Abyan, 2014), 551.

tujuan) yang maksimal. Dengan demikian dapat disimpulkan: manajemen merupakan bagian dari syariat Islam dan manajemen Islam identik atau sama dengan manajemen syariah, paling tidak untuk pemahaman kita di Indonesia.

## 2. Sistem Manajemen Syariah

Sistem yang dijalankan dalam manajemen syariah adalah sistem yang menjadikan perilaku pelaku-pelakunya berjalan baik, tidak mudah tergoda untuk melakukan penyimpangan. Sistem yang dilengkapi dengan koridor dan rambu-rambu pengawasan, serta ada jaminan untuk dapat hidup (gaji) yang memadai bagi pelakunya.<sup>18</sup>

Sistem manajemen yang baik itu antara lain dapat dilihat dari bagaimana mengatur mekanisme dan hubungan kerja antara unit-unit yang ada dalam organisasi itu berjalan secara teratur, dan terkordinir, ada dalam kontrol (pengawasan) pimpinan, saling bersinergi membentuk kekuatan bersama untuk mencapai tujuan bersama.

- a. Kegiatan sistem manajemen itu dimulai dari fungsi perencanaan. Setelah fungsi perencanaan membuat rencana kerja dilanjutkan dengan pengorganisasian. Dalam pengorganisasian ini dibuat strukturnya sesuai keperluan atau besar kecilnya organisasi. Kemudian diisi orang-orangnya yang diberi tanggung jawab sesuai dengan kriterianya masing-masing.
- b. Setelah fungsi pengorganisasian ini ditetapkan struktur dan orang-orangnya yang diberi tanggung jawab dilanjutkan dengan langkah penggerakan (*actuating*) oleh pimpinan.
- c. Setelah semua aktivitas organisasi ini bergerak menuju tujuan organisasi (kantor pemerintah itu tujuannya memberikan pelayanan kepada masyarakat, sedangkan perusahaan tujuan mendapatkan keuntungan), maka pemimpin mulai melaksanakan pengawasan dengan menegaskan para pengawas, yang dalam organisasi modern sekarang ini lebih akrab disebut dengan monitoring dan evaluasi.
- d. Monitoring dan evaluasi ini bekerja bukan untuk mencari-cari kesalahan orang, tetapi mencocokkan tujuan yang dapat dicapai dengan apa yang direncanakan

---

<sup>18</sup> Thamrin Abdulah, "Manajemen Pemasaran", ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012, 32.

semula. Jika terjadi kesenjangan lalu dicari dimana terjadinya, apa sebabnya, lalu bersama-sama dengan unit kerja yang ada masalah itu didiskusikan bagaimana memperbaiki. Jika hal itu diketahui di awal-awal kegiatan maka tahun itu juga perlu perbaikan. Jika masalahnya itu diketahui dipenghujung tahun kerja, maka perbaikannya masuk dalam perencanaan tahun berikutnya.<sup>19</sup>

### 3. Teologi Manajemen Syariah

Pemikiran Islam sebenarnya bukan merupakan buah dari intelektual manusia, namun pemikiran itu merupakan pemikiran ilahi yang bersumber dari Allah SWT, dzat Yang Maha Benar dan Maha Sempurna, sebagaimana firman Allah:

قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ ۝ 16 يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ ۖ سُبُلَ السَّلَامِ ۖ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ ۖ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya: “Sesungguhnya telah datang kepadamu cahaya dari Allah dan kitab yang menerangkan. dengan kitab itulah Allah menunjuki orang-orang yang mengikuti keredhaan-Nya ke jalan keselamatan, dan (dengan kitab itu pula) Allah mengeluarkan orang-orang itu dari gelap gulita kepada cahaya yang terang benderang dengan seizin-Nya, dan menunjuki mereka ke jalan yang lurus” (Q.S. Al-Maidah: 15-16).<sup>20</sup>

Dengan demikian maka tidak etis rasanya jika manusia membanggakan teori-teori yang diikuti itu sebagai karya manusia, seperti misalnya teori manajemen ilmiah (*scientific management*) . Sebenarnya manusia hanyalah mendapat petunjuk dan bimbingan untuk menggali mutiara pikiran itu dari khazanah kekayaan ilmu Allah SWT. Allah Maha Mengatur dan Menyiapkan segala sesuatunya yang diperlukan manusia untuk melaksanakan tugasnya sebagai (*khalifah fil ardhi*) bumi tempat kita tinggal ini telah disiapkan Allah SWT dengan isi selengkap-lengkapnyanya: ada air, ada tanah, ada tumbuh-tumbuhan, ada hewan, ada tambang, ada mineral dan sebagainya. Manusia tinggal mengelolanya sesuai dengan misi yang diembannya sebagai *khalifah fil ardhi*.<sup>21</sup>

<sup>19</sup> Muhammad Busro, “Teori-teori Sumber Daya Manusia”, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018), 25

<sup>20</sup> Kementrian Agama RI, “Mushaf Al Qur’an Tajwid dan Terjemah” ( Solo: Abyan, 2014), 221.

<sup>21</sup> Yuliani, “Analisis Produk Tabungan Haji Arafah dengan akad Wadi’ah di Bank Muamalat Indonesia KCP Magelang” (Salatiga:IAIN Salatiga, 2016), 57.

