

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DANA PIHAK KETIGA PADA
MASA PANDEMI COVID-19 DI PT. BANK SUMUT SYARIAH
KANTOR CABANG MEDAN**

Oleh:

AZWAR HAMID
NIM 0503173310



**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2021 M/1443 H**

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DANA PIHAK KETIGA PADA
MASA PANDEMI COVID-19 DI PT. BANK SUMUT SYARIAH
KANTOR CABANG MEDAN**

Oleh:

AZWAR HAMID
NIM 0503173310



**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2021 M/1443 H

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Azwar Hamid

Nim : 0503173310

Tempat/ Tgl. Lahir : Medan, 07 Oktober 1998

Alamat : Deli Tua, Jl. Sejarah No. 14. Kec. Deli Tua. Kab. Deli
Serdang, Sumatera Utara

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DANA PIHAK KETIGA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI PT. BANK SUMUT SYARIAH KANTOR CABANG MEDAN”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 30 September 2021

Yang membuat pernyataan



Azwar Hamid

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DANA PIHAK KETIGA PADA
MASA PANDEMI COVID-19 DI PT. BANK SUMUT SYARIAH
KANTOR CABANG MEDAN**

Oleh :

AZWAR HAMID
NIM. 05.03.17.33.10

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 30 September 2021

Pembimbing I



Dr. Mustafa Kamal Rokan, M.H
NIDN : 2025077801

Pembimbing II



Sri Ramadhani, MM
NIDN : 2015107502

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Tuti Anggraini, MA
NIDN. 2031057701

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan”. an. Azwar Hamid, NIM 0503173310. Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal 28 Oktober 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 2 November 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah

Ketua,

Sekretaris,



Dr. Tuti Anggraini, MA
NIDN. 2031057701



Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I
NIDN. 2026048901

Anggota Penguji



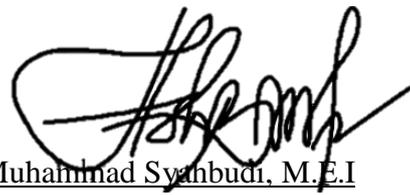
Dr. Mustafa Kamal Rokan, M.H
NIDN. 2025077801



Sri Rahamdhani, MM
NIDN. 2015107502



Dr. Muhammad Arif, MA
NIDN. 2112018501



Muhammad Syahbudi, M.E.I
NIDN. 2013048403

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN-SU Medan

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag.
NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Azwar Hamid (2021), Skripsi Berjudul “ Analisis Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan ”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Mustafa Kamal Rokan, M.H Sebagai Pembimbing I dan Ibu Sri Ramadhani, MM Sebagai Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan dan kendala apa saja yang dihadapi dalam menjalankan Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis SWOT, yakni merupakan sebuah penelitian yang menggambarkan realitas yang dikaji, penulis kemudian melakukan penelaahan dan bertujuan merumuskan dan menafsirkan data yang ada, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan. Setelah dilakukan penelitian diperoleh hasil bahwa PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan menggunakan strategi promosi dan strategi produk/jasa, strategi promosi yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan adalah dengan 1. Menggunakan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis. 2. *Website*, dengan *website* informasi tentang PT. Bank Sumut Syariah dapat diketahui masyarakat luas. 3. Publisitas, dengan mendatangi dan bekerja sama pihak Bank setempat acara nasabah. 4. Penjualan Pribadi, dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai. 5. *Referral*, Hubungan yang terjalin baik dengan nasabah. 6. Melakukan kegiatan sosial. Dan selanjutnya peneliti menggunakan analisis SWOT yakni strategi SO, WO, ST, dan WT. adapun kendala yang dialami pada masa pandemi Covid-19 adalah: 1. Diterapkannya *Lock Down* dan PPKM. 2. Kurangnya SDM untuk melakukan kegiatan marketing. 3. Kurangnya jaringan kantor Bank Sumut Syariah. 4. Kurangnya pengetahuan mengenai perbankan syariah.

Kata Kunci : Dana Pihak Ketiga, Covid-19, Strategi Peningkatan Dana.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang maha mengasih yang kasih sayangNya tidak pernah pilihkasih, Allah yang maha penyayang yang kasih sayangNya tidak terbilang, dan tak henti-hentinya memberikan rahmat dan karuniaNya di setiap hembusan nafas hambaNya dan memberikan kemudahan kemudahan di setiap langkah perjalanan dan urusan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari tugas akademis di Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada putranya Abdullah, buah hatinya Aminah, junjungan alam Nabi akhir zaman yaitu Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan terbaik bagi umat manusia, kepada keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Kepada kedua Ibu dan Bapak saya, yang senantiasa selalu ada disaat saya dalam masalah, yang tak hentinya menasehati dan memotivasi saya. Serta adik-adik saya yang selalu menghibur dan memberikan senyuman hangat. Dan tak luput pula kakek, nenek dan keluarga yang selalu mendukung dan membantu saya. Saya tidak dapat membalas ini semua dan semoga Allah SWT membalas dengan sebaik baiknya.

Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan”, akhirnya dapat terselesaikan sesuai dengan yang diharapkan penulis. Kebahagiaan yang tak ternilai bagi penulis secara pribadi adalah dapat mempersembahkan yang terbaik kepada kedua orang tua, seluruh keluarga, sahabat-sahabat serta orang-orang tercinta yang ada disekeliling.

Selama proses pembuatan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam proses tersebut tidaklah terlepas dari bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Bapak Prof. Dr.Syahrin Harahap, MA.
2. Kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag, selaku Dekan dan segenap jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Kepada Ibu Tuti Anggraini, MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
4. Kepada Bapak Dr. Mustafa Kamal Rokan, M.H selaku pembimbing I saya yang dengan sabar dan murah hati dalam membimbing penulis, memberikan banyak arahan, masukan serta motivasi dalam membimbing penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Kepada Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, SE, M.Si selaku dosen pembimbing lapangan yang telah banyak memberikan saya ilmu dalam penulisan, dan juga memotivasi saya dalam menyelesaikan laporan.
6. Kepada Ibu Sri Ramadhani, MM selaku pembimbing II saya yang dengan sabar, lembut dan murah hati dalam membimbing penulis, memberikan banyak arahan, masukan serta motivasi kepada penulis.
7. Kepada Ibu Annio Indah Lestari Nst, SE, M.Si selaku dosen pembimbing akademik, yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
8. Kepada Bapak Pimpinan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Rahmat Hidayat, Bapak Firmansyah, Bapak Rifi Hamdani dan seluruh Karyawan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk meneliti di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.
9. Kepada Seluruh Dosen yang mengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara yang telah banyak memberikan ilmu, wawasan, motivasi dan pembelajaran berharga dari awal sampai akhir perkuliahan.
10. Ucapan terima kasih juga kepada sahabat-sahabat tercinta Aidil Fahmi, Rifki, Ali Imran, Dio, Daniel, Hamidun Sanjaya, Risky Khalik, M. Arif, Farid, Tengku, Fikri, Endang Rahayu, Anisa Sihombing, Gusti Arifah, Siti

Khadijah, Anggun Ayu Pupu, Anisa Maharani, Tria, Cindy Rantika, Putu Ayu, Indriati, Dewi Agustina dan teman seperjuangan kelas Perbankan Syariah E Stambuk 17 serta seluruh kerabat lainnya yang telah banyak membantu dan mendoakan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapka beribu terimakasih semoga Allah Membalas dengan yang lebih baik.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu. Penulis menyadari bahwa karya ini masih terdapat ketidaksempurnaan, karenanya kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Medan, 30 September 2021

Penulis

Azwar Hamid

0503173310

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA KONSEPTUAL	
A. Bank	10
1. Pengertian Bank	10
a. Praktek Lembaga Keuangan Bank	15
b. Kegiatan-Kegiatan Bank	16
2. Sumber Dana Bank	19
a. Dana Yang Bersumber Dari Bank Itu Sendiri	19
b. Dana Yang Bersumber Dari Bank Indonesia	20
c. Dana Yang Bersumber Dari Masyarakat	20
B. Strategi	27
1. Pengertian Strategi	27
a. Macam-Macam Strategi	29
b. Manfaat Manajemen Strategi	37

C. Analisis SWOT	38
D. Virus Covid-19	42
E. Kajian Terdahulu	46
F. Kerangka Konseptual	58

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	60
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	61
C. Subjek Penelitian	62
D. Tahap Penelitian	62
E. Data Dan Sumber Data	63
F. Teknik Pengumpulan Data	64
G. Teknik Analisis Data	65
H. Uji Keabsahan Data	66

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian	68
1. Sejarah PT. Bank Sumut	68
2. Visi dan Misi Perusahaan	71
3. Produk dan Jasa/ Layanan PT. Bank Sumut Syariah	72
4. Struktur Organisasi	77
B. Pembahasan dan Hasil Penelitian	86
1. Strategi PT. Bank Sumut Syariah Dalam Menghimpun Dana Pihak Ketiga Pada Masa Pandemi Covid-19	86
2. Analisis SWOT	91
3. Kendala-Kendala Yang Di Alami Dalam Menerapkan Staretki	95

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	102
B. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA	105
-----------------------------	-----

Daftar Riwayat Hidup	111
----------------------------	-----

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Nasabah Dan Saldo Pembukuan DPK PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan	6
2.1 Jumlah Saldo Pembukuan DPK PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan	7
1.2 Tabel SWOT	41
2.2 Kajian Terdahulu	46
1.4 Rekapitulasi Faktor Internal Dan Eksternal	94
2.4 Rekap Matriks EFE	95
3.4 Rekap Matriks IFE	96
4.4 Matriks SWOT	96

DAFTAR GAMBAR

1.2 Kerangka Konseptual	59
1.4 Ketentuan Nisbah Nasabah Produk Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan	75
2.4 Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengertian bank menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dari pengertian bank menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa banklainnya. Kegiatan pokok bank ialah menghimpun dan menyalurkan dana sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Bank dalam kegiatannya menghimpun dana dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian memberikan balas jasa berupa bunga. Kegiatan menyalurkan dana yakni berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.¹

Industri perbankan ialah suatu industri lembaga yang mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik dari segi volume usaha, mobilisasi dana masyarakat maupun pemberian pembiayaan. Dengan semakin banyaknya jumlah bank dan lembaga keuangan bukan bank membuat persaingan dalam menarik minat masyarakat untuk menyimpan uangnya di bank semakin ketat. Hal tersebut sangat mempengaruhi pola dan strategi manajemen perusahaan perbankan untuk lebih kreatif dan inovatif dalam

¹ Tri Inda Fadhila Rahma, *Perbankan Syariah*, (Medan : FEBI UIN-SU Press, edisi pertama, 2019). h. 1.

mengembangkan dan memperoleh sumber-sumber dana baru dari calon nasabah.²

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, riba, zalim dan obyek yang haram Selain itu, mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).³

Kegiatan penghimpunan dana dapat ditempuh oleh perbankan melalui mekanisme tabungan, giro, serta deposito. Khusus untuk perbankan syariah, tabungan dan giro dibedakan menjadi dua macam yaitu tabungan dan giro yang didasarkan pada akad *wadiah* dan tabungan dan giro yang didasarkan pada akad *mudharabah*. Sedangkan khusus deposito hanya memakai akad *mudharabah*, karena deposito memang ditujukan untuk kepentingan investasi.⁴ Produk penghimpunan dana di bank syariah merupakan mobilisasi dan investasi tabungan dengan cara yang sesuai

² Khotibul Umar, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, edisi pertama, 2016), h.23-25.

³ Andiranto, *Manajemen Bank Syariah*, (Surabaya: Qiara Media, edisi pertama, 2019), h. 23-24.

⁴ Abdul Ghofur Anshor, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007), h. 65.

dengan prinsip syariah. Islam menolak harta yang menganggur, menupuk, dan tidak digunakan dengan cara produktif. Secara prinsip, bank syariah diperkenankan menarik dana dari masyarakat sepanjang memenuhi prinsip islam. Berbeda dengan bank konvensional, bank syariah menghimpun dan dari masyarakat lewat produk bebas bunga yang telah dinyatakan dalam fatwa MUI No. 1 Tahun 2004 tentang perbankan.⁵

Dalam mencari sumber-sumber dana pihak ketiga bank harus memperhitungkan beberapa faktor seperti kemudahan untuk memperolehnya, jangka waktu, sumber dana serta biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh dana tersebut. Tidak sedikit pula lembaga keuangan yang mengalami kebangkrutan sebab kalah bersaing dengan lembaga keuangan lain, dan tata kelola dana yang tidak baik, dalam mengelola dana nasabah.⁶

Dunia pada saat ini dikejutkan dengan mewabahnya sebuah penyakit Yang disebabkan suatu virus yang disebut dengan COVID-19 (Corona Virus Disease-19). Virus disinyalir mulai merebak sekitar bulan Desember 2019 di Kota Wuhan, Tiongkok dan saat ini sudah menyebar ke seluruh dunia dengan cepat, sehingga *World Health Organization* (WHO) pada 11 Maret 2020 menetapkan wabah yang disebabkan oleh virus Corona ini sebagai pandemi global. Situasi krisis global akibat virus Corona ini dialami oleh banyak negara di dunia dengan derajat intensitas yang berbeda⁷. Pada 2 Maret 2020, untuk pertama kalinya pemerintah mengumumkan dua kasus pasien positif Covid-19 di Indonesia. Namun, Pakar Epidemiologi Universitas Indonesia (UI) Pandu Riono menyebutkan virus corona jenis SARS-CoV-2 sebagai penyebab Covid-19 itu sudah masuk ke Indonesia

⁵ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*, (Jakarta Timur, edisi pertama, 2019), h. 171.

⁶ Syafi'I Antoni, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 153-154.

⁷ Imroatul Mufida Nugrahanti, *Ekonomi Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19*, (Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, edisi pertama, 2020), h. 1.

sejak awal Januari. Covid-19 menyebar sangat cepat karena dapat menular dari manusia ke manusia melalui pernapasan dan sentuhan. Virus yang berasal dari China kini sudah menyebar aktif di Indonesia. Di setiap negara berusaha memutus transmisi, dan melindungi populasi sehingga tidak menimbulkan dampak yang menakutkan⁸.

Dengan menyebarnya virus corona di Indonesia mengakibatkan banyaknya dampak buruk bagi Indonesia, bukan hanya Indonesia bahkan Negara-Negara lain pun mengalami hal yang sama. Dampak yang dialami Indonesia sangatlah buruk, bukan hanya dalam segi kesehatan, pendidikan bahkan ekonomipun mengalami dampak yang sangat buruk.

Ketika membahas tentang perekonomian, maka tidaklah lepas dengan masalah perbankan. Risiko perbankan syariah tidak hanya disebabkan oleh pandemi, tetapi juga merosotnya kegiatan ekonomi. Beberapa kota besar khususnya telah memberlakukan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) untuk mengurangi penyebaran virus ini. Imbasnya, banyak sekali kantor, toko dan pabrik yang harus memberlakukan pekerjaan dari rumah atau betul-betul berhenti beroperasi sementara waktu. Covid-19 menyebabkan kepanikan disektor keuangan dan berdampak pada perbankan di Indonesia. Dengan kejadian tersebut , perbankan syariah mengalami dampak yang cukup buruk dengan adanya virus corona yang ada di Indonesia, dengan demikian akan terdapatnya banyaknya masalah yang dialami perbankan syariah, baik dalam kegiatan pembiayaan dan juga penghimpunan dana.⁹

Pada desember sampai Maret 2020 semua bank mengalami gejolak pada fungsi intermediasinya yang cenderung menurun baik dari pembiayaan maupun penghimpunan dana. Sementara itu, dalam hal Manajemen Strategi Bank Syariah menerapkan berbagai kebijakan diantaranya pembatasan

⁸ Ellyvon Paranita, *Diumumkan Awal Maret, Ahli : Virus Corona Masuk Indonesia Dari Januari*, didapat dari <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>, (diakses tanggal 11 mei 2020).

⁹ Yanti Sumarni, *Pandemi Covid-19 Tentang Ekonomi Dan Bisnis*, Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Vol. 6 No. 2 (2020), h. 50.

layanan melalui tatap muka langsung, memberikan kebijakan restrukturisasi kepada nasabah yang terdampak dan pemanfaatan aplikasi digital.¹⁰

Virus corona memberikan dampak yang cukup luas terhadap kegiatan yang dilakukan masyarakat, salah satunya adalah dampak dalam kegiatan perekonomian dalam lembaga keuangan perbankan baik dalam bank konvensional maupun bank syariah. Kegiatan perekonomian adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidupnya. Definisi kegiatan ekonomi dapat juga diartikan sebagai upaya yang dilakukan manusia untuk mencapai suatu tingkatan kesejahteraan atau kemakmuran dalam hidup. Dalam karya ilmiah ini penulis akan memaparkan bagaimana dampak yang disebabkan oleh virus corona terhadap lembaga keuangan bank syariah.¹¹

Dengan diberlakukannya PSBB (pembatasan sosial berkala besar), mengakibatkan tidak terlaksanakannya fungsi bank secara sempurna, seperti halnya pada divisi *funding*, yang mana mereka tidak bisa menjalankan kegiatannya dengan baik dikarenakan sedang berlakuknya PSBB, divisi *funding* sendiri tidak bisa melakukan penetrasi pasar, dan juga tidak bisa menawarkan produk bank kepada masyarakat luas.

Dari data yang penulis miliki jumlah DPK (dana pihak ketiga) mengalami penurunan pada awal munculnya virus Covid 19. Penurunan tersebut disebabkan banyaknya nasabah yang mengalami kesulitan dalam perekonomian, sehingga mereka menarik dana yang ada di bank untuk memenuhi kebutuhan perekonomian.

¹⁰ Mardhiyaturrositaningsih dan Muhammad Syarqim Mahfudz, *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah*, Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Vol. 2, No. 1, Juni (2020), h. 1.

¹¹ M. ja'far Shiddiq Sunariya Dan Putri Raudhatul Istnaini, *Dampak Covid-19 Terhadap Lembaga Keuangan Syariah (Perbankan Syariah)*, (Jurnal, 2020), h. 3.

Tabel 1.1

Perkembangan jumlah saldo pembukuan DPK (dana pihak ketiga) PT.
Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan

No	Bulan	Jumlah Saldo pembukuan
1	Januari	Rp. 879. 561. 433
2	Februari	Rp. 761. 667. 848
3	Maret	Rp. 638. 044. 498

(Sumber : Laporan Rekap DPK PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan)

Dengan keadaan perekonomian yang tidak stabil, mengakibatkan banyaknya karyawan perusahaan, pekerja lapangan dan perkantoran di PHK (pemutusan hubungan kerja) dan juga di rumahkan. Sehingga dengan demikian pendapatan masyarakat sedikit banyaknya akan berkurang, mengakibatkan banyak dari mereka yang menarik tabungan dan simpanan mereka dari bank untuk memenuhi kebutuhan kesehariannya. Dengan kejadian tersebut, mengakibatkan jumlah dana yang ada di bank menurun.

Akan tetapi data yang penulis miliki dari bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan bertolak belakang dengan keadaan yang di alami pada masa saat ini, yang dimana pada masa pandemi seperti ini, banyak lembaga, perusahaan, dan UMKM mengalami kesulitan dalam menjalankan kegiatannya. Data yang di tunjukan dari DPK (dana pihak ketiga) mengalami kenaikan dibandingkan dari tahun sebelumnya secara keseluruhannya. Walaupun dalam masa pandemi, pertumbuhan DPK (dana pihak ketiga) pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan mengalami kenaikan yang cukup meningkat dari segi nasabah juga dananya.

Table 2.1

Perkembangan jumlah nasabah dan jumlah saldo pembukuan DPK (dana pihak ketiga) PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Saldo Pembukuan
1	2016	12.112	Rp. 698.050.377.590
2	2017	13.447	Rp. 937.224.749.226
3	2018	14.054	Rp. 938.805.063.344
4	2019	16.669	Rp. 1.109.365.287.108
5	2020	17.615	Rp. 1.219.779.724.001

(Sumber : Laporan Rekap DPK PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan)

Dengan keadaan pandemi seperti ini, mengakibatkan perekonomian menjadi melemah dan meburuk, serta tidak sedikit kegiatan-kegiatan dari berbagai lembaga dan perusahaan tidak berjalan dengan maksimal, sehingga menyebabkan banyak lembaga, perusahaan dan UMKM itu sendiri mengalami kegagalan dalam menjalankan usahanya dan tidak sedikit pula yang mengalami kebangkrutan. Meski keadaan perekonomian melemah, Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan masih tetap menunjukkan hasil yang baik dari segi pertumbuhan DPK nya, yaitu dalam jumlah nasabah, juga jumlah dananya. Dengan demikian penulis ingin meneliti lebih lanjut strategi apa yang digunakan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan untuk meningkatkan DPK (dana pihak ketiga) sehingga mengalami kenaikan yang cukup melambung.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik dan ingin meneliti lebih lanjut skripsi yang berjudul "Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada Masa Pandemi Covid 19 Di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, sehingga terdapat identifikasi masalah, ialah sebagai berikut :

1. Beberapa kota besar khususnya telah menerapkan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) untuk mencegah penyebaran virus Covid-19. Sehingga mengakibatkan banyaknya perusahaan, kantor-kantor, UMKM harus memberlakukan pekerjaan dari rumah atau betul-betul berhenti peroperasi untuk beberapa waktu.
2. Divisi *Funding* tidak bias menjalankan strategi peningkatan dana dengan maksimal.
3. Nasabah menarik dana dalam jumlah yang banyak untuk memenuhi kebutuhan hidup pada masa pandemi Covid 19.

C. Pembatasan masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak meluas dan agar penelitian ini lebih terarah sehingga penulis membatasi penelitian ini sebagai berikut:

Data yang digunakan adalah Laporan Rekap DPK (dana pihak ketiga) pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan pada tahun 2016-2020.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang akan diletili oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Strategi apa yang digunakan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan pada saat pandemi Covid-19.
2. Permasalahan apasaja yang dihadapi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan dalam masa pandemi Covid-19.
3. Produk–Produk apa saja yang ditawarkan dalam penghimpunan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid-19.

E. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui produk-produk dan jasa apa saja yang ditawarkan DPK (dana pihak ketiga) pada masa pandemi Covid 19.
2. Untuk mengetahui permasalahan apa saja dalam masa pandemi Covid-19.
3. Untuk mengetahui perkembangan DPK (dana pihak ketiga) pada masa pandemi Covid 19.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis sebagai penambah wawasan penulis dalam bidang perbankan syariah, terkhususnya dalam materi DPK (dana pihak ketiga), dan juga sebagai tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana ekonomi (SE) prodi perbankan syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

2. Bagi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan

Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk membantu pihak manajemen bank terhadap strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid 19 sebagai pengukuran keberhasilan operasional bank.

3. Bagi Akademisi

Sebagai bahan uji perbandingan penelitian selanjutnya, sehingga dapat menyempurnakan dan memperkaya ilmu pengetahuan bagi pembaca, menambah wawasan dalam strategi peningkatan DPK (dana pihak ketiga) pada masa pandemi Covid-19.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Bank

1. Pengertian Bank

Bank berasal dari bahasa Italia yaitu *banca* yang berarti tempat penukaran uang. Secara umum pengertian bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal dengan *banknote*.¹

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan *BANK* adalah "badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak."²

Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *funding*. Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas.³

Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, membedakan bank berdasarkan kegiatan usahanya menjadi dua, yaitu bank yang melak sanakan kegiatan usaha secara konvensional dan bank yang melak sanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Bank

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, edisi kedua, 2017). h. 27.

² Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta: Rajawali Press, ed. Revisi 2014), h. 24.

³ *Ibid.*, h. 24.

konvensional adalah sebuah lembaga keuangan yang fungsi utamanya menghimpun dana untuk disalurkan kepada yang memerlukan dana, baik perorangan atau badan guna investasi dalam usaha-usaha produktif dan lain-lain dengan sistem bunga.⁴

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh Bank Syariah. Undang-undang tersebut memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi Bank Syariah. Peluang tersebut ternyata disambut antusias oleh masyarakat perbankan.⁵

Bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank. Perjanjian (*akad*) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada sebagaimana diatur dalam syariat Islam.⁶

Bank yang berdasarkan prinsip syariah tidak dikenal istilah bunga dalam memberikan jasa kepada penyimpan maupun peminjam. Di bank ini jasa bank yang diberikan disesuaikan dengan prinsip Syariah sesuai dengan hukum Islam. Prinsip syariah yang diterapkan oleh Bank Syariah adalah pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil

⁴ Masjfuk Zuhdi, *Masail Fiqihiyah*, (Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 1997), h. 109.

⁵ Diana Marlyna, dan Mohan Aka Wirando, *Analisa Tingkat Kesehatan Bank Syariah*, Jurnal, *TECHNOBIZ : INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS*, Vol. 1, No. 1, 2018, 19-24. E-ISSN 2655-3457, h. 19.

⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, edisi pertama, 2011), h. 25.

(*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*) prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*). Sistem bank berdasarkan prinsip syariah sebelumnya di Indonesia hanya dilakukan oleh Bank Syariah seperti Bank Muamalat Indonesia dan BPR syariah lainnya. Dewasa ini sesuai dengan Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang baru bank umum pun dapat menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah asal sesuai dengan ketentuan yang diterapkan oleh Bank Indonesia.⁷

Riba termasuk salah satu topik yang sangat penting dalam kajian tentang ekonomi Islam. Penting bukan saja karena Al-Qur'an mengecamnya dengan tuk membat sangat keras, tetapi lebih dari itu dampak riba dapat menghancurkan pengambil uar sendi-sendi ekonomi bangsa dan ummat. Riba sesungguhnya menjadi kerugian dan bagian dari tradisi bangsa Arab yang sudah berurat berakar. Tidak mudah untuk menghapusnya. Perlu pendekatan khusus. Demikianlah, Al-Qur'an dalam menegaskan pengharaman riba tampaknya menempuh jalan *istidraj* (berangsur-angsur) atau bertahap.⁸

Akar kata *r-b-w*, yang menjadi sumber kata riba, digunakan di dalam Al-Qur'an sebanyak dua puluh kali. Dari dua puluh itu, istilah riba digunakan delapan kali. Akar kata *r-b-w* dalam Al-Qur'an memiliki makna "tumbuh", "menyuburkan," "mengembang," "mengasuh," dan "menjadi besar dan banyak. Akar kata ini digunakan dalam "dataran tinggi." Penggunaan penggunaan tersebut tampak secara umum

⁷ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta: Rajawali Press, ed. Revisi 2017), h. 26.

⁸ Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, (Medan, Febi Uin-Su Press, 2016), h. 198.

memiliki satu makna, yaitu "bertambah" dalam arti kualitas dan kuantitas.⁹

Dalam surah Al-Baqarah ayat 275 Allah berfirman :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”. (QS. Al-Baqarah : 275).¹⁰

Dalam Islam, tujuan utama para pelaku pasar yaitu mencapai rida Allah demi mewujudkan kemaslahatan hidup bersama di samping kesejahteraan individu. Dan pasar merupakan wahana untuk mengapresiasi kepemilikan individu. Penjual dan pembeli dapat merealisasikan segala keinginannya dalam melakukan transaksi atas barang dan jasa. Dalam korelasi dengan potongan ayat di atas, di antara faktor yang mendorong terbentuknya pasar adalah memperoleh keuntungan (profit) bahkan menjadi faktor dominan bagi terbentuknya mekanisme pasar. Karena itulah berbagai upaya untuk mendapatkan sebesar-besarnya keuntungan jika proses transaksinya adalah jual beli

⁹ Abdullah Saeed, *Menyoal Bank Syari'ah : Keritik Atas Implementasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalois*, (Jakarta: Paramadina, 2004), h. 25.

¹⁰ Al-Quran dan Terjemahannya. Departemen Agama RI. Jakarta : Pustaka Al-Mubtin, 2013 : Surah Al-Baqarah, Ayat: 275

dengan saling keridaan antara penjual dan pembeli maka hukumnya halal, dan tidak bisa disamakan dengan transaksi riba.¹¹

Riba sangat bertentangan secara langsung dengan semangat kooperatif yang ada dalam ajaran Islam. Orang yang kaya, seharusnya memberikan hak-hak orang miskin dengan membayar zakat dan memberi sedekah sebagai tambahan dari zakat tersebut. Islam tidak mengizinkan kaum muslimin untuk menjadikan kekayaannya sebagai alat untuk menghisap darah orang-orang miskin. Maulana Maududi seperti yang dikutip Mustaq Ahmad- menjelaskan kejahatan-kejahatan riba sebagai berikut:

1. Riba akan meningkatkan rasa tamak, menimbulkan rasa kikir yang berlebihan dan mementingkan diri sendiri, keras hati dan menjadi pemuja uang.
2. Riba akan menimbulkan kebencian, permusuhan dan bukan sikap simpati dan koorporasi.
3. Riba mendorong terjadinya penimbunan dan akumulasi kekayaan dan akan menghambat adanya investasi langsung dalam perdagangan. Jika ia melakukan investasipun, maka itu akan dilakukan demi kepentingan dirinya sendiri tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat.
4. Riba akan mencegah terjadinya sirkulasi kekayaan karena kekayaan itu hanya berada di dalam tangan pemilik-pemilik modal.¹²

¹¹ Samsul Basri, At. All, *Metode Pengajaran Ekonomi Syariah Berdasarkan Surah Al-Baqarah Ayat 275-280*, (Jurnal Pendidikan Islam Ta'dibuna, Vol. 7. No 2, Oktober 2018), h. 178.

¹² Yusuf al-Qardawi, *Bunga Bank Haram*, (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001), h.133-134.

a. Praktek Lembaga Keuangan Bank

Dalam prakteknya lembaga keuangan bank terdiri dari Bank Sentral, Bank Umum, Bank Perkereditan Rakyat. Adapun penjelasannya ialah:¹³

1) Bank Sentral

Bank Sentral di Indonesia dilaksanakan oleh Bank Indonesia dan memegang fungsi sebagai *bank sirkulasi, bank to bank dan lender of the last resort*. Biasanya pelayanan yang diberikan oleh Bank Indonesia lebih banyak kepada pihak pemerintah dan dunia perbankan. Dengan kata lain, nasabah Bank Indonesia dalam hal ini lebih banyak kepada lembaga Perbankan. Tujuan utama Bank Indonesia sebagai Bank Sentral adalah men capai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Untuk mencapai tujuan tersebut Bank Sentral mempunyai tugas menetapkan dan melaksana kan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem devisa serta mengatur dan mengawasi bank.¹⁴

2) Bank Umum

Bank Umum merupakan bank yang bertugas melayani seluruh jasa-jasa perbankan dan melayani segenap lapisan masyarakat, baik masyarakat perorangan maupun lembaga-lembaga lainnya. Bank umum juga dikenal dengan nama bank komersil dan dikelompokkan ke dalam dua jenis, yaitu bank umum devisa dan bank umum non devisa. Bank umum yang berstatus devisa memiliki produk yang lebih luas daripada bank yang berstatus non devisa, antara lain dapat melaksana kan jasa

¹³ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta: Rajawali Press, ed. Revisi 2017), h. 5.

¹⁴ *Ibid. Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank... h. 5.*

yang berhubungan dengan seluruh mata uang asing atau jasa bank ke luar negeri.¹⁵

3) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Sedangkan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan bank yang khusus melayani masyarakat kecil di kecamatan dan pedesaan. Bank Perkreditan Rakyat berasal dari Bank Desa, Bank Pasar, Lumbung Desa, Bank Pegawai, dan bank lainnya yang kemudian dilebur menjadi Bank Perkreditan Rakyat. Jenis Produk yang ditawarkan oleh Bank Perkreditan Rakyat relatif sempit jika dibandingkan dengan bank umum, bahkan ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh Bank Perkreditan Rakyat, seperti pembukaan rekening giro dan ikut kliring.¹⁶

b. Kegiatan-Kegiatan Bank

Dalam melaksanakan kegiatannya bank dibedakan antara kegiatan bank umum dengan kegiatan bank perkreditan rakyat. Kegiatan bank umum lebih luas dari bank perkreditan rakyat. Artinya produk ditawarkan oleh bank umum lebih beragam, hal ini disebabkan bank umum mempunyai kebebasan untuk menentukan produk dan jasanya. Sedangkan Bank Perkreditan Rakyat mempunyai keterbatasan tertentu sehingga kegiatannya lebih sempit.¹⁷

Sebagai lembaga keuangan, kegiatan bank sehari-hari tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Sama halnya seperti pedagang atau perusahaan lainnya, kegiatan pihak perbankan secara sederhana

¹⁵ *Ibid. Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank...h. 6.*

¹⁶ *Ibid. Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank... h. 6.*

¹⁷ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Press, ed. Revisi, 2017), h. 38.

dapat kita katakan adalah membeli uang (menghimpun dana) dan menjual uang (menyalurkan dana) kepada masyarakat.¹⁸

1) Kegiatan-kegiatan Bank Umum

a) Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) :

1. Simpanan Giro (*Demand Deposit*)

Simpanan giro adalah jenis simpanan yang dapat ditarik setiap saat dengan menggunakan cek dan/atau bilyet giro. Sifat simpanan giro yang dapat ditarik setiap saat, maka pemilik simpanan giro dapat menarik dananya kapan saja diperlukan, asalkan saldonya cukup. Pemilik simpanan giro juga dapat menarik dananya melalui bank lain. Penarikan simpanan giro yang dilakukan melalui bank lain, disebut dengan kliring. Bank yang menerima setoran cek dan/atau bilyet giro bank lain akan menagihkan kepada bank yang menerbitkan cek dan/ atau bilyet giro tersebut. Penagihannya dilakukan melalui lembaga kliring setempat.¹⁹

2. Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)

Tabungan menurut Undang-Undang Nomer 10 tahun 1998 tentang Perbankan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan alat-alat lainnya yang disamakan dengan itu.²⁰

¹⁸ Andiranto, *Manajemen Bank*, (Surabaya: Qiara Media, edisi pertama, 2019), h. 22.

¹⁹ Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, ed. Pertama, 2010), h. 48.

²⁰ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Press, ed. Revisi, 2017), h. 69.

3. Simpanan Deposito (*Time Deposit*)

Simpanan deposito merupakan simpanan jenis ketiga yang dikeluarkan oleh bank. Berbeda dengan dua jenis simpanan sebelumnya di mana simpanan deposito mengandung unsur jangka waktu (jatuh tempo) lebih panjang dan tidak dapat ditarik setiap saat atau setiap hari.²¹

b) Menyalurkan dana dari masyarakat (*funding*)

1. Kredit Investasi

Kredit investasi adalah kredit untuk membeli alat-alat modal. Bisa mesin, bangunan, kendaraan, toko. Itu investasi dan biasanya sifatnya jangka panjang.²²

2. Kredit Modal Kerja

Kredit Modal Kerja adalah kredit yang diberikan kepada pengusaha untuk membiayai kegiatan usahanya atau perputaran modal operasionalnya. Seperti: pembelian barang dagangan atau bahan baku, pembayaran utang dagang dan lain sebagainya.²³

3. Kredit Perdagangan

Kredit perdagangan, yaitu kredit yang diberikan dengan tujuan untuk membeli barang-barang untuk dijual lagi.²⁴

²¹ Ibid, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya...* h. 74.

²² Agoeng Widyatmoko, *Cara Jitu Mendapatkan Kredit Bank*, (Tangerang, PT. AgroMedia Pustaka, 2005), h. 61.

²³ Budi Herprasetyo, *Sukses Ubah Kartu Kredit Menjadi Modal Usaha*, (Jawa Timur: Adora Media, 2012), h. 30.

²⁴ Thomas Suyatno, et al., *Dasar-Dasar Perkreditan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, edisi 1, 2007), h. 25.

2. Sumber Dana Bank

Sumber-sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasinya. Hal ini sesuai dengan fungsinya bahwa bank adalah lembaga keuangan di mana kegiatan sehari-harinya adalah dalam bidang jual beli uang. Tentu saja sebelum menjual uang (memberikan pinjaman) bank harus lebih dulu membeli uang (menghimpun dana) sehingga dari selisih bunga tersebutlah bank mencari keuntungan. Dana untuk membiayai operasinya dapat diperoleh dari berbagai sumber. Perolehan dana ini tergantung bank itu sendiri apakah secara pinjaman (titipan) dari masyarakat atau dari lembaga lainnya. Di samping itu, untuk membiayai operasinya dana dapat pula diperoleh dengan modal sendiri, yaitu dengan mengeluarkan atau menjual saham. Perolehan dana disesuaikan pula dengan tujuan dari penggunaan dana tersebut.²⁵

a. Dana Yang Bersumber Dari Bank Itu Sendiri

Sumber dana ini merupakan sumber dana dari modal sendiri. Modal sendiri maksudnya adalah modal setoran dari para pemegang sahamnya. Apabila saham yang terdapat dalam portepel belum habis terjual, sedangkan kebutuhan dana masih perlu, maka pencariannya dapat dilakukan dengan menjual saham kepada pemegang saham lama. Akan tetapi, jika tujuan perusahaan untuk melakukan ekspansi, maka perusahaan dapat mengeluarkan saham baru dan menjual saham baru tersebut di pasar modal. Di samping itu, pihak perbankan dapat pula menggunakan cadangan-cadangan laba yang belum digunakan.²⁶

²⁵ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Press, ed. Revisi, 2017), h. 58.

²⁶ *Ibid*, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya ...*h. 59.

b. Dana Yang Bersumber Dari Bank Indonesia Sebagai Bank Sentral

Dana yang bersumber dari Bank Indonesia adalah dana yang disalurkan oleh Bank Indonesia melalui fasilitas kredit kepada bank-bank yang mengalami kesulitan pendanaan jangka pendek dan dijamin dengan agunan yang berkualitas tinggi dan mudah dicairkan. Pemberian fasilitas kredit oleh Bank Indonesia tersebut merupakan implementasi dari fungsi Bank Indonesia sebagai *the Lender of the Last Resort* (LOLR). Berkaitan dengan itu, menurut Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang Perbankan, *fungsi the lender of the last resort* itu memungkinkan Bank Indonesia memberikan fasilitas pembiayaan darurat yang pendanaannya menjadi beban pemerintah, dalam hal suatu bank mengalami kesulitan keuangan yang berdampak sistemis dan berpotensi mengakibatkan krisis yang membahayakan sistem keuangan. Mekanisme ini merupakan bagian dari konsep jaring pengaman sektor keuangan (*Indonesia Financial Safety Net*). Dana yang bersumber dari Bank Indonesia, yang disalurkan kepada bank-bank yang mengalami kesulitan pendanaan, berbentuk kredit likuiditas Bank Indonesia, bantuan likuiditas bank Indonesia, dan kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah jangka pendek.²⁷

c. Dana Bersumber Dari Masyarakat (Pihak Ketiga)

Sumber dana yang berasal dari masyarakat (dana pihak ketiga), merupakan sumber dana bank yang paling penting. Begitu pentingnya, keberadaan dana ini sangat menentukan keberhasilan bagi sebuah bank untuk mampu membiayai kegiatan operasinya. Pencarian dana ini relatif paling mudah

²⁷ Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, edisi 3, 2020), h. 41.

dilakukan jika dibandingkan dengan pencarian dana yang bersumber dari dana sendiri. Pengertian mudah disini diartikan bahwa asal bank dapat memberikan bunga yang relatif besar ditambah dengan adanya hadiah-hadiah tambahan, maka akan merangsang bagi pihak ketiga dalam hal ini masyarakat luas untuk menyimpan dana yang dimilikinya pada bank tersebut.²⁸

1) Bank Konvensional

Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Pencarian dana dari sumber ini relatif paling mudah jika dibandingkan dengan sumber lainnya. Mudah dikarenakan asal dapat memberikan bunga yang relatif lebih tinggi dan dapat memberikan fasilitas menarik lainnya seperti hadiah dan pelayanan yang memuaskan menarik dana dari sumber ini tidak terlalu sulit. Kemudian keuntungan lainnya dana yang tersedia di masyarakat tidak terbatas.²⁹

Untuk memperoleh dana dari masyarakat bank dapat menggunakan tiga macam jenis simpanan (rekening). Masing-masing jenis simpanan memiliki keunggulan tersendiri, sehingga bank harus pandai dalam menyiasati pemilihan sumber dana. Sumber dana yang dimaksud adalah.³⁰

²⁸ Andiranto, *Manajemen Bank*, (Surabaya: Qiara Media, edisi pertama, 2019), h. 44.

²⁹ Soetanto Hadinoto, *Strategi Pendanaan Bank Dan Manajemen Pasiva*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008), h. 57.

³⁰ *Ibid*, *Strategi Pendanaan Bank Dan Manajemen Pasiva ...*h. 58.

a) Simpanan Giro (*Demand Deposit*)

Simpanan giro merupakan simpanan yang diperoleh dari masyarakat atau pihak ketiga yang sifat penarikannya adalah dapat di tarik setiap saat dengan menggunakan cek dan *bilyet* giro atau sarana perintah bayar lainnya atau pemindah bukuan. Simpanan giro ini dapat ditawarkan kepada seluruh masyarakat baik perorangan maupun badan usaha. Simpanan giro sangat bermanfaat bagi masyarakat yang melakukan aktivitas usaha, karena pemegang rekening giro akan banyak mendapat kemudahan dalam melakukan transaksi usahanya.³¹

b) Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)

Tabungan merupakan jenis simpanan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu sesuai perjanjian antara bank dan pihak nasabah. Dalam perkembangannya, penarikan tabungan dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan sarana penarikan berupa slip penarikan, ATM, surat kuasa, dan sarana lainnya yang dipersamakan dengan itu.³²

Undang-Undang No. 10 1998 tentang Perbankan mendefinisikan, bahwa tabungan hanya dapat ditarik sesuai dengan syarat tertentu yang diperjanjikan antara bank dan nasabah. Pada perkembangan zaman, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pengguna produk tabungan, maka bank

³¹ Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, ed. Pertama, 2010), h. 43.

³² *Ibid*, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi ...*h. 44.

tidak lagi membatasi jumlah, maupun frekuensi penarikannya. Meskipun demikian, bank masih mensyaratkan adanya saldo minimal yang harus dipelihara oleh setiap nasabah. Besarnya saldo minimal tersebut tergantung pada kebijakan masing-masing bank. Saldo minimal tersebut digunakan sebagai cadangan apabila nasabah akan menutup rekening tabungannya.³³

c) Simpanan Deposito (*Time Deposit*)

Simpanan deposito merupakan simpanan jenis ketiga yang di keluarkan oleh bank. Berbeda dengan dua jenis simpanan sebelumnya di mana simpanan deposito mengandung unsur jangka waktu (jatuh tempo) lebih panjang dan tidak dapat ditarik setiap saat atau setiap hari.³⁴

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan yang dimaksud dengan deposito adalah “simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank”. Artinya jika nasabah deposan menyimpan uangnya untuk jangka waktu tiga bulan, maka uang tersebut baru dapat dicairkan setelah jangka waktu tersebut berakhir dan sering disebut tanggal jatuh tempo.³⁵

³³ *Ibid, Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi ...h. 44.*

³⁴ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Press, ed. Revisi, 2017), h. 74.

³⁵ *Ibid, Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya ...h. 75*

2) Bank Syariah

Prinsip Penghimpunan Dana Bank Syariah ini hampir sama dengan perbankan konvensional, artinya dalam sistem perbankan syariah dikenal produk-produk berupa giro (*demand deposit*), tabungan (*saving deposit*), deposito (*time deposit*) sebagai sarana untuk menghimpun dana dari masyarakat. Perbedaannya adalah bahwa dalam sistem perbankan syariah tidak dikenal dengan adanya bunga sebagai kontraprestasi terhadap nasabah deposan, melainkan melalui mekanisme bagi hasil dan bonus yang bergantung pada jenis produk apa yang dipilih oleh nasabah itu sendiri.³⁶

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional prinsip penghimpunan dana yang digunakan dalam bank syariah ada dua yaitu prinsip wadiah dan prinsip mudharabah.

a) Prinsip Mudharabah (*Mudharabah Account*)

Bank menghimpun dana berbagai hasil atas dasar prinsip mudharabah, yaitu akad kerja sama antara pemilik dana (*shahib al - maal*) dengan pengusaha (*mudharib*) bentuk melakukan suatu usaha bersama, dan pemilik dana tidak boleh mencampuri pengelolaan bisnis sehari-hari. Keuntungan yang diperoleh dibagi antara keduanya dengan perbandingan (*nisbah*) yang telah disepakati sebelumnya. Kerugian finansial menjadi beban pemilik dana sedangkan pengelola tidak memperoleh imbalan atas usaha yang dilakukan.³⁷

³⁶ Khotibul Uman dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 81.

³⁷ Tri Inda Fadhila Rahma, *Perbankan Syariah*, (Medan: Febi UIN-SU Press, 2019), h. 123.

Rasulullah SAW bersabda :

حَدَّثَنَا الْحَسَنُ بْنُ عَلِيٍّ الْخَلَّالُ حَدَّثَنَا بِشْرُ بْنُ ثَابِتٍ
الْبَزَّازُ حَدَّثَنَا نَصْرُ بْنُ الْقَاسِمِ عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ
دَاوُدَ عَنْ صَالِحِ بْنِ صُهَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ
رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرَكَةُ
الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَأَخْلَاطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ
لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ

Artinya: "Telah menceritakan kepada kami [Al Hasan bin Ali Al Khallal] berkata, telah menceritakan kepada kami [Bisyar bin Tsabit Al Bazzar] berkata, telah menceritakan kepada kami [Nashr bin Al Qasim] dari [Abdurrahman bin Dawud] dari [Shalih bin Shuhaib] dari [Bapaknya] ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Tiga hal yang di dalamnya terdapat barakah: jual beli secara tangguh, *muqaradhadh* (*mudharabah*), dan memcampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual." (HR Ibnu Majah no. 2280, kitab at-Tijarah).³⁸

b) Dana Titipan (*wadiah/ non remunerated deposit*)

Selain bank menerima dana investasi, juga menerima dana titipan. Dana titipan adalah dana pihak ketiga yang dititipkan pada bank, yang umumnya berupa giro atau tabungan. Pada umumnya motivasi utama orang menitipkan dana pada bank adalah untuk keamanan dana mereka dan memperoleh keleluasaan untuk menarik kembali dananya sewaktu-waktu.³⁹

³⁸ Rahmat Ilyas, *Kontrak Pembiayaan Murabahah dan Musawamah*, (Jurnal BISNIS, Vol. 3, No. 2, Desember 2015) h. 294.

³⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: kencana, 2011), h. 74

Rasulullah SAW bersabda :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِذَا أَمَانَةٌ إِلَى مَنْ اتَّيَمَّنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

Artinya: “Dari Abi Hurairah RA ia berkata: Rasulullah bersabda: tunaikanlah amanah kepada orang yang mempercayakan (menitipkan) kepadamu dan janganlah engkau berkhianat kepada orang yang mengkhianatimu. (HR.At-Tirmidzi dan Abu Dawud).⁴⁰

Menurut Zainul Arifin, dana titipan *wadiah* ini dikembangkan dalam bentuk rekening giro wadiah dan rekening tabungan wadiah.⁴¹

a) Giro Wadiah

Giro wadiah merupakan bentuk simpanan yang penarikannya dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan yang didasarkan pada prinsip titipan. Bank syariah menerapkan prinsip *wadiah yad dhamanah*, yakni nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Bank Syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan Bank Syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi yang disertai hak untuk mengelola dana titipan dengan tanpa mempunyai kewajiban memberikan bagi hasil dari keuntungan pengelolaan dana tersebut.

⁴⁰ Febriyani Safitri, *Penitipan Hasil Panen Padi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Kampung Suka Jawa Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah)*, (Skripsi, Institut Agama Islam Negri (Iain) Metro, 2018), h. 8.

⁴¹ Zainul arifin, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Azkia Publisher, 2009), h. 56.

Namun demikian, Bank Syariah diperkenankan memberikan insentif berupa bonus dengan catatan tidak disyaratkan sebelumnya.⁴²

b) Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah adalah titipan pihak ketiga pada bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati dengan kuitansi, kartu ATM, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan cara pemindah bukuan. Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu.⁴³

B. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harafiah berarti “*seni dan jenderal*”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penempatan tujuan organisasi dengan mengkaitkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.⁴⁴

⁴² Tri Inda Fadhila Rahma, *Perbankan Syariah*, (Medan: Febi UIN-SU Press, 2019), h. 76.

⁴³ Aji Prasetyo, *Akuntansi Keuangan Syariah Teori, Kasus, Dan Pengantar Menuju Peraktik*, (cv. Andi Offsed, 2019), h. 41.

⁴⁴ Ticoalu dan Agus Dharmas, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 1997), h. 18.

Strategi syariah adalah rangkaian proses aktivitas strategi islami yang mencakup tahapan formulasi, implementasi dan evaluasi strategi untuk mencapai tujuan organisasi, di mana nilai-nilai Islam menjadi landasan strategik dalam seluruh aktivitas organisasi, yang diwarnai oleh azas tauhid, orientasi duniawi-ukhrawi dan motivasi mardhatillah.⁴⁵

Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka untuk pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh profit, tetapi juga untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang.⁴⁶

Penyusun strategi adalah individu yang paling bertanggung jawab atas kesuksesan atau kegagalan organisasi. Para penyusun strategi membantu organisasi mengumpulkan, menganalisis dan mengorganisasikan pelaksanaan yang kreatif. Perencanaan strategi biasanya memainkan peran sebagai konsultan atau penyumbang saran. Kesimpulannya, perusahaan secara umum harus berusaha mendefinisikan dan mengidentifikasi keunggulan khusus yang dimilikinya dan tidak harus menciptakan keunggulan khusus tersebut. Bukanlah tidak mungkin suatu perusahaan dapat membuat suatu keunggulan khusus namun kesuksesan yang sebenarnya akan dapat dirasakan oleh perusahaan dengan mengeksploitasi keunggulan khusus yang telah dimiliki oleh perusahaan informasi. Mereka melacak tren, industri dan kompetensi, mengembangkan model perkiraan dan analisis skenario, mengevaluasi kinerja korporasi dan divisi menemukan peluang pasar yang baru, mengidentifikasi ancaman bisnis, dan mengembangkan rencana.⁴⁷

⁴⁵ Fred R Fred, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Selemba Empat, 2011), h. 4.

⁴⁶ Fred R David, *Manajemen Strategi Konsep-Konsep*, (Jakarta: PT. index Kelompok Gramedia, 2004), h. 15.

⁴⁷ Ichsan Setiyo Budi, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Selemba Empat, 2006), h. 11-12.

Kesimpulanya, perusahaan secara umum harus berusaha mendefinisikan dan mengidentifikasi keunggulan khusus yang dimilikinya dan tidak harus menciptakan keunggulan khusus tersebut. Bukanlah tidak mungkin suatu perusahaan dapat membuat suatu keunggulan khusus namun kesuksesan yang sebenarnya akan dapat dirasakan oleh perusahaan dengan mengeksploitasi keunggulan khusus yang telah dimiliki oleh perusahaan.⁴⁸

a. Macam-Macam Strategi

1) Strategi Pemasaran

Philip Kotler mendefinisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Pada dasarnya pengertian konsep pemasaran mempunyai persamaan dengan konsep pemasaran bank.⁴⁹ Konsep pemasaran (produksi) berorientasi pada kebutuhan konsumen, sedangkan konsep pemasaran berorientasi pada konsumen (nasabah).

Strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam adalah suatu konsep atau rencana yang dapat membantu mensukseskan pemasaran dengan tetap berpegang atau berpedoman pada nilai-nilai yang mengandung unsur kemaslahatan. Hal ini didukung oleh hadits yang menyatakan bahwa seseorang yang memasuki pasar untuk

⁴⁸ *Ibid, Manajemen Strategi ...h. 12.*

⁴⁹ Philip Kotler dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia, 1995), penerjemah Wilhelmus W. Bakowantum, Editor Heru Sutojo, Ed. 6, h.7.

berbisnis dan menyerahkan apa yang ia usahakan pada Allah SAW maka ia akan diberi kebaikan yang berlipat.⁵⁰

Rasulullah SAW bersabda :

مَنْ دَخَلَ السُّوقَ فَقَالَ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ
لَهُ الْمُلْكُ وَلَهُ الْحَمْدُ يُحْيِي وَيُمِيتُ وَهُوَ حَيٌّ لَا يَمُوتُ بِيَدِهِ
الْخَيْرُ وَهُوَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ كَتَبَ اللَّهُ لَهُ أَلْفَ أَلْفِ حَسَنَةٍ
وَمَحَا عَنْهُ أَلْفَ أَلْفِ سَيِّئَةٍ وَرَفَعَ لَهُ أَلْفَ أَلْفِ دَرَجَةٍ

Artinya: "Barangsiapa masuk pasar lalu ia mengucapkan, "Tidak ada Tuhan (yang berhak disembah) selain Allah semata, tiada sekutu bagi-Nya. Bagi-Nya kerajaan, bagi-Nya segala pujian. Dia-lah Yang Menghidupkan dan Yang Mematikan. Dia-lah Yang Hidup, tidak akan mati. Di tangan-Nya kebaikan. Dia-lah Yang Maha Kuasa atas segala sesuatu," niscaya Allah menuliskan baginya sejuta kebaikan dan menghapuskan darinya sejuta kejelekan serta mengangkat derajatnya hingga sejuta derajat." (HR. At-Tirmidzi no. 3350, Ibnu Majah no. 2226, Al-Hakim no. 1930).⁵¹

Menurut pendapat M. Syakir Sula, pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari satu inisiator kepada stake holders-nya dan dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip muamalah dalam Islam. Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.

⁵⁰ Ismail Marzuki, Dan Faith Ramdaniah, *Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Vol. 6. No. 1, Juni 2019), h.58.

⁵¹ Niken Widya Yunita, *Doa Masuk Pasar Dan Mall, Lengkap Dengan Artinya*, didapat dari <https://news.detik.com/berita/d-4851037/doa-masuk-pasar-dan-mal-lengkap-dengan-artinya>

Sebagaimana firman Allah dalam surat Shaad: 24, yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ
الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا
الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ
وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya: Daud berkata: "Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini". Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat. (Q.S Shaad: 24).⁵²

Dalam syariaah marketing, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun turut pula berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan. Perpaduan konsep keuntungan dan keberkahan ini melahirkan konsep masalah yaitu suatu suatu perusahaan syariaah akan berorientasi pada masalah yang optimal. Konsep keberkahan bagi sebagian pihak merupakan konsep yang abstrak karena secara keilmuan tidak dapat dibuktikan secara ilmiah, namun inilah salah satu konsep inti pada

⁵² Al-Quran dan Terjemahannya. Departemen Agama RI. Jakarta : Pustaka Al-Mubin, 2013. Surah Shaad, Ayat: 24.

syariah marketing yang menjadi dasar pada suatu perusahaan berorientasi syariah.⁵³

2) Strategi Promosi

Strategi promosi adalah sebuah rencana untuk penggunaan yang optimal terhadap sejumlah elemen–elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan. Para menager pemasaran menentukan tujuan dan strategi promosi penjualan dari sudut tujuan keseluruhan perusahaan bagi bauran pemasaran: produk, tempat (distribusi), promosi dan harga.

Ekonomi Islam menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar. Karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa.⁵⁴

Prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW, adalah personal selling, iklan, promosi penjualan dan humas. Namun caracara yang ditetapkan oleh Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini. Cara yang dilakukan Nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas. Promosi pada era nabi belum berkembang seperti sekarang ini, dimana seluruh produsen telah menggunakan alat yang serba modern, media internet, televisi, radio dan lain-lain. Dalam istilah manajemen sifat dari nabi dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, kordinasi, kendali dan supervise. Bauran promosi merupakan kombinasi dari alat-alat promosi, yaitu

⁵³ M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.11-12.

⁵⁴ Habiburahman, *Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Ekonomi, Vol 22. No. 2. Juli 2017), h. 179

periklanan, penjualan tatap muka (personal selling), promosi penjualan dan publisitas yang dirancang untuk menjual barang dan jasa. Untuk menjual barang dan jasa secara langsung kita telah melakukan kegiatan bisnis.⁵⁵

Adapun promosi yang diadakan oleh bank, bertujuan untuk:⁵⁶

1. Menyampaikan informasi (*Informing*).
2. Membujuk nasabah sasaran (*Persuading*).
3. Mengingatkan (*Reminding*).

Ada tiga macam promosi yang dapat digunakan yaitu:

1) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. Pengelola pantai batu lapis tidak memaksa para wisatawan untuk memakai jasanya, transaksi terjadi atas dasar suka sama suka dan kepercayaan. Orang yang terjun dalam bidang usaha jual beli harus mengetahui hukum jual beli agar dalam jual beli tersebut tidak ada yang dirugikan, baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli. Jual beli hukumnya mubah. Artinya, hal tersebut diperbolehkan sepanjang suka sama suka. Apabila seseorang melakukan jual beli dan tawar

⁵⁵ Ahmad Mustag, *The Future Of Economics: An Islamic Perspektif*, (Jakarta: Asy Syamil Press 2001), h. 25.

⁵⁶ Fitri Meilani, *Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada BMT Al-Fath Ikmi Pamulang*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2011), h. 22-23.

menawar dan tidak ada kesesuaian harga antara penjual dan pembeli, si pembeli boleh memilih akan meneruskan jual beli tersebut atau tidak. Apabila akad (kesepakatan) jual beli telah dilaksanakan dan terjadi pembayaran, kemudian salah satu dari mereka atau keduanya telah meninggalkan tempat akad, keduanya tidak boleh membatalkan jual beli yang telah disepakatinya.⁵⁷

Allah berfirman dalam surah An-Nisa ayat 24 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنۡتَرٰضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An-Nisa Ayat: 24).⁵⁸

Ayat di atas menjelaskan bahwa apabila seseorang melakukan jual beli dan tawar menawar dan tidak ada kesesuaian harga antara penjual dan pembeli, si pembeli boleh memilih akan meneruskan jual beli tersebut atau tidak. Apabila akad (kesepakatan) jual beli telah dilaksanakan dan terjadi pembayaran, kemudian salah satu dari mereka atau keduanya telah meninggalkan tempat akad, keduanya tidak boleh membatalkan jual beli yang telah disepakatinya.

⁵⁷ Habiburahman, *Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Ekonomi, Vol 22. No. 2. Juli 2017), h. 180.

⁵⁸ Al-Quran dan Terjemahannya. Departemen Agama RI. Jakarta : Pustaka Al-Mubin, 2013. Surah An-Nisa, Ayat: 24.

2) Periklanan (*Advertising*).

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya.

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah atau iklan palsu.⁵⁹

Suatu informasi produk walaupun dengan secara bebas memilih inovasi dalam penyampaianya, tetapi dibatasi oleh pertanggung jawaban secara *horizontal* dan *vertikal* sekaligus. Suatu kebebasan yang tak terkendali yang membuat suatu pasti tidak akan membawa dampak positif walaupun dalam jangka pendek mungkin menguntungkan. Demikian pula nilai kebenaran harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis.⁶⁰

Allah berfirman dalam surah Al-Muddasir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

⁵⁹ Habiburahman, *Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Ekonomi, Vol 22. No. 2. Juli 2017), h. 179.

⁶⁰ Muhammad Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPF, 2004), h. 274.

Artinya: “setiap orang bertanggung jawab atas apa yang diperbuatnya”. (Q.S Al-Muddasir Ayat: 28).⁶¹

Iklan Islami adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi mengenai suatu produk yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dan dalam penyajiannya berlandaskan pada etika periklanan Islami.

3) Penjualan pribadi (*Personal Selling*).

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank.⁶²

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam penjualan pribadi yaitu keikhlasan. Islam menetapkan keikhlasan sangat penting dalam setiap langkah kehidupan manusia. Berdasarkan hal itu, keikhlasan pelaku bisnis diharapkan tidak berlaku curang ataupun melanggar kepentingan orang lain dengan sengaja. Pada saat presentasi tenaga penjual menguraikan fitur-fitur produk bagi pelanggan. Menggunakan pendekatan kepuasan kebutuhan. Biasanya mereka menjelaskan fitur-fitur penting dari produknya, menonjolkan kelebihan-kelebihannya dan menyebutkan contoh-contoh kepuasan konsumen. Oleh karena itu pada saat presentasi, tenaga penjual harus dipersiapkan dengan baik, dilatih kembali apa yang mereka katakan, menggunakan kontak mata langsung, bertanya dengan pertanyaan terbuka dan bersikap tenang. Meskipun demikian, dalam mempresentasikan

⁶¹ Al-Quran dan Terjemahannya. Departemen Agama RI. Jakarta : Pustaka Al-Mubin, 2013. Surah Al-Muddasir, Ayat: 28.

⁶² Fitri Meilani, *Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada BMT Al-Fath Ikmi Pamulang*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2011), h. 21-23.

suatu produk diharapkan untuk berbicara jujur dan bisa memenuhi janji-janjinya.⁶³

Allah berfirman dalam surah Ali Imran ayat 77:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ^ط وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang memperjualbelikan janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bagian di akhirat, Allah tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka pada hari Kiamat, dan tidak akan menyucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih”. (Q.S Ali Imran Ayat:77).⁶⁴

Dari uraian ayat Quran, jelas memerintahkan umat Islam untuk jujur termasuk dalam berbisnis. Dengan sikap kejujuran, pembeli akan bertambah karena Allah SWT akan memberikan kelebihan pada orang jujur itu. Sedangkan pembeli tentu juga akan memberikan informasi tentang kejujuran dan kebaikan pedagang itu kepada yang lain, sehingga pembelinya bertambah.

b. Manfaat Manajemen Strategi

Manajemen strategi melatih setiap individu dan organisasi untuk berpikir secara antisipatif proaktif. Proses penyusunan manajemen strategi mendorong terjadinya :⁶⁵

- 1) Komunikasi yang sangat dibutuhkan dalam organisasi.

⁶³ Habiburahman, *Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Ekonomi, Vol 22. No. 2. Juli 2017), h. 180.

⁶⁴ Al-Quran dan Terjemahannya. Departemen Agama RI. Jakarta : Pustaka Al-Mubin, 2013. Surah Ali Imran Ayat: 77.

⁶⁵ Hendrawan Supratikno, *Advanced Strategic Management* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama , 2003), h.12-16.

- 2) Mendorong lahirnya komitmen manajerial.
- 3) Proses tersebut melahirkan pemberdayaan staf.
- 4) Organisasi yang menerapkan manajemen strategi, menunjukkan kinerja finansial yang lebih baik.

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.⁶⁶

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weakness*) intern perusahaan serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.⁶⁷

Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang

⁶⁶ Freddy Rangkuty, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h. 19.

⁶⁷ Pearce Robinson, *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, h. 229.

mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

1. Factor-faktor dalam Analisis SWOT

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan merupakan sumber daya dan kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan.

Faktor- faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.⁶⁸

b. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan dan kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam praktek keterbatasan dan kelemahan -kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau

⁶⁸ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi*, h. 172.

kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

Kekuatan dan kelemahan internal merupakan aktivitas terkontrol suatu organisasi yang mampu dijalankan dengan sangat baik atau buruk. Hal ini muncul dalam manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan dan sebagainya.⁶⁹

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli atau pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan.⁷⁰

Faktor kekuatan dan kelemahan dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam

⁶⁹ Fred, R. David, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 17.

⁷⁰ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), h. 109.

melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.⁷¹

2. Analisis Matriks SWOT

Untuk membuat suatu rencana harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal. Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*treath*) yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan.

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

1. Faktor eksternal ini mempengaruhi *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi- kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industry (*industry environment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
2. Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini

⁷¹ Pearce Robinson, *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, h. 231.

menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus di arahkan pada usaha- usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang- peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT.

Tabel 1.2
SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan
OPPROTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI SO Stategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WT Stategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman internal	Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Stategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

D. Covid 19

Saat ini dunia telah dilanda bencana yang maha hebat berupa pandemi virus corona covid-19 yang mendisrupsi semua lini atau sektor kehidupan baik ekonomi, sosial, pendidikan dan tidak ketinggalan sektor pemerintah juga terkena dampaknya. Virus corona covid-19 sebenarnya mulai terkuak kasusnya di negara Republik Rakyat Cina (RRC) sejak akhir tahun 2019 lalu. Namun virus tersebut mulai terdeteksi di Indonesia terhitung 2 Maret 2020 di mana pemerintah Indonesia mengumumkan kasus positif covid-19 pertama secara resmi. Di tingkat dunia, WHO (*World Health Organization*) telah mengumumkan bahwa virus corona covid-19 adalah suatu pandemi wabah penyakit yang akan menyebar hampir di seluruh dunia secara global dan masif. WHO juga memperkirakan jumlah korban baik yang positif covid-19 maupun angka kematian akan terus meningkat secara eksponensial. Bahkan penyebaran pandemi virus covid-19 dikatakan telah menginfeksi 100 negara dalam waktu beberapa minggu saja. Walaupun Cina telah berhasil mereduksi kasus positif hingga lebih dari 90% namun sayangnya hal (reduksi) ini tidak terjadi di negara yang lain. Bahkan sebuah negara seperti Itali, jumlah korbannya terus mengalami kenaikan secara signifikan dikarenakan respon pemerintah yang lambat terhadap penanganan virus ini.⁷²

⁷² Masrul Masru, et. al., *Pandemic Covid-19: Persoalan Dan Refleksi Di Indonesia*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 113.

Pada akhir 2019 dan awal 2020 dunia dikejutkan dengan munculnya suatu penyakit yang disebabkan oleh virus. Virus tersebut ramai diberitakan muncul dari suatu Pasar Grosir Makanan Laut Huanan yang ada di Kota Wuhan, Ibukota Provinsi Hubei, Cina Tengah. Wuhan sendiri termasuk kota megapolitan dengan total penduduk mencapai belasan juta warga, sama seperti Beijing, Shanghai, dan lain-lain.⁷³

Pada awal kemunculannya virus tersebut dikenal dengan sebutan 2019 novel coronavirus atau disingkat 2019-nCoV. Virus diberi nama berdasarkan struktur genetiknya untuk memfasilitasi pengembangan tes diagnostik, vaksin, dan obat-obatan (WHO, 2020c). *Subfamili Coronaviruses* (CoVs) dibagi secara genotip dan serologis menjadi empat genera, α , β , γ , dan δ coronavirus, Infeksi CoV pada manusia disebabkan oleh α -CoV dan β -CoV. CoV diberi nama berdasarkan karakteristik seperti mahkota (*crown*) dengan ukuran mulai dari 26 hingga 32 kilobase.⁷⁴

Untuk nama penyakit digunakan istilah COVID-19 yang diresmikan oleh WHO (WHO, 2020f) pada tanggal 11 Februari 2020. COVID-19 atau "*the COVID-19 virus*" (WHO, 2020c) merupakan singkatan dari *Coronavirus Disease 2019*. COVID-19 adalah penyakit menular yang mirip dengan influenza yang disebabkan oleh *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-CoV-2).⁷⁵

Covid-19 merupakan penyakit yang baru ditemukan oleh karena itu pengetahuan terkait pencegahannya masih terbatas. Kunci pencegahan meliputi pemutusan rantai penularan dengan isolasi, deteksi dini, dan melakukan proteksi dasar. Perjalanan penyakit dimulai dengan masa inkubasi yang lamanya sekitar 3-14 hari (median 5 hari). Pada fase berikutnya (gejala awal), virus menyebar melalui aliran darah, diduga terutama pada jaringan seperti paru-paru, saluran cerna dan jantung. Gejala

⁷³ *Ibid*, Masrul Masru...h. 12.

⁷⁴ *Ibid*, Masrul Masru ...h. 13.

⁷⁵ *Ibid*, Masrul Masru...h. 13.

pada fase ini umumnya ringan. Serangan kedua terjadi empat hingga tujuh hari setelah timbul gejala awal. Pada saat ini pasien masih demam dan mulai sesak, lesi di paru memburuk dan limfosit menurun. Gejala ringan didefinisikan sebagai pasien dengan infeksi akut saluran napas atas tanpa komplikasi, bisa disertai dengan demam, fatigue, batuk (dengan atau tanpa sputum), anoreksia, malaise, nyeri tenggorokan, kongesti nasal, atau sakit kepala.⁷⁶

Rasulullah SAW menjelaskan bagaimana cara untuk mencegah penyebaran virus yang sifatnya menular, Rasulullah SAW bersabda :

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الطَّاعُونَ آيَةُ الرَّجْزِ ابْتَلَى اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ بِهِ نَاسًا مِّنْ عِبَادِهِ فَإِذَا سَمِعْتُمْ بِهِ فَلَا تَدْخُلُوا عَلَيْهِ وَإِذَا وَقَعَ بِأَرْضٍ وَأَنْتُمْ بِهَا فَلَا تَقْرُؤُوا مِنْهُ

Artinya: "Rasulullah SAW bersabda: Jika kamu mendengar wabah di suatu wilayah, maka janganlah kalian memasukinya. Tapi jika terjadi wabah di tempat kamu berada, maka jangan tinggalkan tempat itu." (HR Bukhari).⁷⁷

Hadist diatas persis metode karantina yang kini dilakukan untuk mencegah penyebaran penyakit. Selain kusta, Nabi Muhammad SAW juga pernah menghadapi wabah di masa hijrah ke Madinah. Saat itu situasi Madinah dikatakan buruk dengan air yang keruh dan penuh wabah penyakit yang menular.

Kebijakan pemerintah Indonesia dalam menyikapi wabah ini adalah dengan memberlakukan prinsip *social distancing* pada seluruh lapisan masyarakat, bahkan di beberapa kota besar di Indonesia diberlakukan pula

⁷⁶ Osie Listina, Et. Al., *Edukasi Corona Virus Desease 19 (Covid-19) Melalui Penyebaran Poster Kepada Masyarakat Kecamatan Slawi Kabupaten Tegal*, (Jurnal Abdimas Bhakti Indonesia , Vol 1, No 2, 2020), h. 4.

⁷⁷ Zuhron Arofi, *Optimis di Tengah Pandemi: Cara Rasulullah Menyelesaikan Masalah Pandemi*, (Jurnal, Community Empowerment, Vol.6 No.1 (2021) pp. 91-98), h. 94.

PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) guna memutus rantai penyebaran virus ini. Kebijakan tersebut memberikan dampak pada pendidikan di Indonesia khususnya pada proses pembelajaran bagi siswa sekolah. Penerapan social distancing pada jenjang sekolah dasar dan menengah terus dilaksanakan hingga kondisi dinyatakan kondusif.⁷⁸

Pandemi Covid-19 ini membawa kejutan ekonomi, keuangan dan sosial bagi masyarakat Indonesia maupun negara-negara di dunia. Kejutan ini menimbulkan penurunan tajam pada produksi, rantai pasokan, dan konsumsi masyarakat⁷⁹.

McKibbin dan Fernando, membuat serangkaian filter yang mengubah asumsi epidemiologis menjadi kejutan ekonomi yaitu :⁸⁰

1. Berkurangnya pasokan tenaga kerja di setiap negara (mortalitas dan morbiditas);
2. Meningkatnya biaya melakukan bisnis di setiap sektor (termasuk gangguan jaringan produksi di setiap sektor di suatu negara);
3. Pengurangan konsumsi karena pergeseran preferensi konsumen atas setiap barang dari masing-masing negara (berdasarkan perubahan pendapatan dan harga);
4. Peningkatan premi risiko ekuitas pada perusahaan di setiap sektor di setiap negara (berdasarkan paparan penyakit);
5. Peningkatan premi risiko negara berdasarkan paparan penyakit.
6. Kerentanan terhadap perubahan kondisi ekonomi makro.

Thorpe dan Loughridge mengemukakan pendapat yang berbeda terkait dampak Covid-19 terhadap ekonomi. Berdasarkan hasil

⁷⁸ Ayu Suci Lestari, dan Gunawan, *The Impact of Covid-19 Pandemic on Learning Implementation of Primary and Secondary School Levels*, Jurnal, Indonesian Journal of Elementary and Childhood Education, Vol. 1 No. 2, 2020: 58 – 63. h. 59.

⁷⁹ Riant Nugroho, *Dampak Covid 19 Pada Ekonomi Pendekatan Strategi Ketahanan Pangan*, (Jakarta: Yayasan Rumah Reformasi Kebijakan, 2020), h. 15.

⁸⁰ *Ibid*, *Dampak Covid 19 Pada Ekonomi Pendekatan Strategi Ketahanan Pangan*...h. 15-16.

pemodelannya bahwa hasil ekonomi di semua negara dengan dasar bahwa Covid-19 dapat menurunkan baik output maupun produktivitas selama setahun dengan skala dampaknya dapat diukur dalam penurunan Produk Domestik Bruto (PDB). PDB adalah ukuran dari output bersih suatu negara yang sering digunakan sebagai ukuran kesejahteraan dan menjadi tolok ukur standar untuk mengukur kesehatan ekonomi suatu negara.⁸¹

E. Kajian Terdahulu

Table 2.2
Kajian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Ihsan Effendi, 2020, Dampak Covid 19 Terhadap Bank Syariah ⁸²	Adapun persamaan dari kedua penelitian adalah, kedua peneliti meneliti tentang dampak Covid-19 terhadap sektor perbankan.	Adapun perbedaan dari kedua penelitian adalah, penelitian yang dilakukan Ihsan Effendi berfokus terhadap indikator bank yang dapat terganggu yaitu, <i>Return on Asset (ROA)</i> , <i>non performing finance (NPF)</i> dan <i>financing</i>	Covid-19 benar-benar membuat khawatir orang hari ini. Dampaknya sudah terasa di berbagai sektor kehidupan masyarakat, termasuk sektor keuangan. bany

⁸¹ *Ibid*, Dampak Covid 19 Pada Ekonomi Pendekatan Strategi Ketahanan Pangan...h. 16.

⁸² Ihsan Effendi, Prawidya Hariani RS, Dampak Covid 19 Terhadap Bank Syariah, (Jurnal: Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Vol. 20 No. 2, Tahun 2020)

			<p><i>to deposit ratio</i> (FDR). Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus terhadap strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid-19.</p>	<p>ak sektor yang terbawa oleh krisis ekonomi saat ini, salah satu dampaknya adalah lembaga keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat ketahanan bank syariah selama pandemi ini, khususnya bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS). Salah satu indikator ketahanan bank syariah adalah <i>Return on Assets</i> (ROA), <i>non performing finance</i> (NPF) dan <i>financing to deposit ratio</i> (FDR) selama periode</p>
--	--	--	--	--

				<p>pandemi yaitu dari Juli 2019 hingga Juni 2020. Hasilnya studi menunjukkan bahwa ROA telah menurun secara signifikan, sedangkan NPF dan dan FDR masih dalam batas aman.</p>
2	<p>Mardhiyaturrositaningsih, Muhammad Syarqim Mahfudz, 2020, Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah: Analisis</p>	<p>Adapun persamaan dari kedua penelitian adalah, kedua peneliti meneliti tentang dampak Covid-19 terhadap sektor perbankan.</p>	<p>Adapun perbedaan dari kedua penelitian adalah, penelitian yang dilakukan Mardhiyaturrositani ngsih, Muhammad Syarqim Mahfudz berfokus terhadap memperbandingkan manajemen strategi operasional di Bank Umum Syariah menghadapi Pandemi Covid-19 dan dampak Covid-19 tentang kegiatan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Desember sampai Maret 2020 semua bank mengalami gejolak pada fungsi intermediasinya yang cenderung menurun baik dari pembiayaan</p>

	Komparatif 83		intermediasi Bank Syariah. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus terhadap strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid-19.	maupun penghimpunan dana. Sementara itu, dalam hal Manajemen Strategi Bank Syariah menerapkan berbagai kebijakan diantaranya pembatasan layanan melalui tatap muka langsung, memberikan kebijakan restrukturisasi kepada nasabah yang terdampak dan pemanfaatan aplikasi digital.
3	Setiawan, 2015, Determinan	Adapun persamaan dari kedua penelitian adalah,	Adapun perbedaan dari kedua penelitian adalah, penelitian	Berdasarkan hasil analisis dan

⁸³ Mardhiyaturrositaningsih, Muhammad Syarqim Mahfudz, *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah: Analisis Komparatif*, (Jurnal: Ekonomi dan Manajemen, Vol. 2, No. 1, Juni 2020)

<p>Penentu Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia⁸⁴</p>	<p>kedua peneliti meneliti tentang dana pihak ketiga.</p>	<p>yang dilakukan Setiawan fokus terhadap penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal apa yang dapat mempengaruhi pertumbuhan Dana Pihak Ketiga perbankan syariah di Indonesia. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus terhadap strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid-19.</p>	<p>pembahasan yang telah diuraikan, maka didapatkan kesimpulan bahwa variabel Faktor Internal dapat menjelaskan DPK sebesar 15,6%, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Adapun indikator dari variabel laten eksogen Faktor Internal yang valid dan realibel hanya 3 (tiga), yaitu: BOPO, Biaya Pendidikan dan Pelatihan, serta</p>
--	---	--	--

⁸⁴ Setiawan, *Determinan Penentu Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Jurnal: Politeknik Negeri Bandung, 2015)

				Jumlah Jaringan Kantor. Sedangkan indikator dari variabel laten endogen DPK yang valid dan realibel hanya 3 (tiga), yaitu: Deposito, Tabungan Mudharabah, dan Tabungan Wadiah.
4	Pebi Resque Tarigan, 2018, Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ke Tigapada PT. Bank Syariah Mandiri kcp Medan Ringroad ⁸⁵	Adapun persamaan dari kedua penelitian adalah, kedua peneliti meneliti tentang strategi penghimpunan dana pihak ketiga.	Adapun perbedaan dari kedua penelitian adalah, penelitian yang dilakukan Pebi Resque Tarigan fokus terhadap penelitian ini adalah hambatan dalam penghimpunan dana salah satunya adalah permasalahan keterjangkauan jaringan yang masih	Strategi pemasaran produk-produk simpanan pada Bank Syariah Mandiri: Kcp Medan Ringroad, yaitu: <i>Pertama:</i> menyediakan produk sesuai dengan

⁸⁵ Pebi Resque Tarigan, *Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ke Tigapada PT. Bank Syariah Mandiri kcp Medan Ringroad*, (Skripsi: UIN Sumatera Utara, 2018)

			<p>rendah dan belum merata di seluruh propinsi di indonesia.</p> <p>Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus terhadap strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid-19.</p>	<p>kebutuhan mitra. <i>kedua:</i> strategi yang dilakukan adalah strategi penjemputan atau jemput bola, dengan memberikan fasilitas penjemputan oleh para marketing Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad, artinya para mitra yang umumnya pedagang dapat menabung di tempat.</p> <p>Adapun strategi promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kcp Medan</p>
--	--	--	--	--

				<p>Ringroad adalah menggunakan: <i>pertama</i>, brosur-brosur, iklan-iklan yang menarik dan agamis, website.</p> <p><i>Kedua</i>. Diadakannya ceramah keagamaan/penjualan secara rutin kepada masyarakat.</p> <p>Kedua, memberikan persentase ke sekolah-sekolah, dan penjualan pribadi oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad.</p>
--	--	--	--	---

				Faktor–faktor yang mempengaruhi Strategi Penghimpun Dana Pihak ketiga adalah: Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Distribusi.
5	Winda Alifia Martha, 2012, Strategi Divisi Funding Untuk Mendapatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Tabungan Pensiun Nasional (BTPN) Tbk. Kantor	Adapun persamaan dari kedua penelitian adalah, kedua peneliti meneliti tentang strategi penghimpunan dana pihak ketiga.	Adapun perbedaan dari kedua penelitian adalah, penelitian yang dilakukan Alifia Martha fokus terhadap penelitian ini adalah berfokus terhadap dana pensiun. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus terhadap strategi peningkatan dana pihak ketiga	Kesimpulan adalah media promosi yang digunakan Divisi <i>Funding</i> PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Tbk Kantor Cabang Surakarta Mampu meningkatkan saldo dana pihak ketiga. Sebagai masukan bagi

	Cabang Surakarta ⁸⁶		pada masa pandemi Covid-19.	perusahaan, pemilik menyarankan agar Divisi <i>Funding</i> PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Tbk Kantor Cabang Surakarta lebih meningkatkan kerjasama tidak hanya dengan sebagian BUMN (Badan Usaha Milik Negara) maupun BUMS (Badan Usaha Milik Swasta), tetapi juga masyarakat luas di wilayah Soloraya, mengiklankan di siaran televiisi dan
--	-----------------------------------	--	--------------------------------	--

⁸⁶ Winda Alifia Martha, *Strategi Divisi Funding Untuk Mendapatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Tabungan Pension Nasional (BTPN) Tbk. Kantor Cabang Surakarta*, (Skripsi: Sebelas Maret Surakarta, 2012)

				memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang lokasi PT. BTPN Kantor Cabang Surakarta agar lebih dikenal masyarakat.
6	Michael Tactria, DKK, 2010, Strategi Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Sinarmas ⁸⁷	Adapun persamaan dari kedua penelitian adalah, kedua peneliti meneliti tentang strategi penghimpunan dana pihak ketiga.	Adapun perbedaan dari kedua penelitian adalah, penelitian yang dilakukan Michael Tactria, DKK berfokus terhadap upayanya meningkatkan market share ditengah kondisi market perbankan yang saat ini fragmented, yaitu sempitnya peluang untuk memperoleh target pasar yang	Tingkat persaingan yang tinggi di perbankan dalam memperebutkan Dana Pihak Ketiga (DPK), memacu perbankan untuk terus berupaya memikat nasabahnya dengan berbagai cara,

⁸⁷ Michael Tactria, DKK, *Strategi Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Sinarmas*, (Jurnal: *Journal of Applied Finance and Accounting*, 2010)

			<p>baru dan bersaing dengan Bank lain yang sudah exists di bisnis perbankan.</p> <p>Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus terhadap strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid-19.</p>	<p>mulai dengan meningkatkan kinerja operasional, dan meningkatkan layanan servis yang diberikan, sampai dengan diversifikasi produk bahkan imingiming hadiah yang “wah”.</p>
7	Fitri Meilani, 2011, Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada BMT Al-Fath Ikmi Pamulang ⁸⁸	Adapun persamaan dari kedua penelitian adalah, kedua peneliti meneliti tentang strategi penghimpunan dana pihak ketiga.	<p>Adapun perbedaan dari kedua penelitian adalah, penelitian yang dilakukan Fitri Meilani berfokus terhadap upayanya meningkatkan dana pihak ketiga pada BMT (<i>baitul mall wattamwil</i>)</p> <p>Sedangkan penelitian yang</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian lewat survey dan kajian yang dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya strategi yang BMT Al-Fath lakukan adalah strategi</p>

⁸⁸ Fitri Meilani, Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada BMT Al-Fath Ikmi Pamulang, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011)

			<p>penulis lakukan berfokus terhadap strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid-19.</p>	<p>pemasaran dan strategi promosi, faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengumpulan dana pihak ketiga adalah strategi produk, strategi harga dan strategi distribusi. Dan perkembangan dana pihak ketiga pada BMT Al-Fath dari tahun 2006-2010 terus mengalami kenaikan yang cukup signifikan.</p>
--	--	--	---	--

F. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu hal yang penting bagi suatu masalah.⁸⁹

Gambar 1.2 Kerangka Konseptual



Pada gambar di atas, penulis ingin memparkan kerangka konseptual terkait strategi apa yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan pada masa pandemi Covid-19 untuk meningkatkan Dana Pihak Ketiga. Sehingga dengan terdapatnya kerangka tersebut akan memudahkan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penjelasan dari kerangka konseptual di atas ialah pada masa pandemi Covid-19, PT. Bank Sumut Syariah melakukan inovasi baik dalam strategi, produk maupun layanan dan jasa, selanjutnya seluruh karyawan dan terkhususnya divisi funding menjalankan strategi peningkatan DPK (dana pihak ketiga) yang telah ditetapkan kepada nasabah dan masyarakat. sehingga diharapkan nasabah dan DPK (dana pihak ketiga)

⁸⁹ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi Uin-Su Press, 2016), h. 2.

meningkat walapun dalam keadaan *Lock Down*, dan PSBB di masa pandemi Covid-19 ini.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan ialah cara memperlakukan sesuatu, sementara metode merupakan cara mengerjakan sesuatu. Adapun metodologi yaitu langkah-langkah praktis dan sistematis yang ada pada ilmu-ilmu tertentu yang sudah tidak dipertanyakan lagi karena sudah bersifat aplikatif.¹

Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif. Metode deskriptif kualitatif Menurut Sukmadinata dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan hubungan antar fenomena yang diselidiki.²

Penelitian kualitatif menekankan bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh individu-individu. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut atau perspektif partisipan. Dan juga penelitian kualitatif menyatu dengan situasi dan fenomena yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif kegiatan manusia sangat dipengaruhi oleh setting dimana hal tersebut berlangsung.³

¹ Chuzaimah Batubara, et. al, *Handbook Metodologi Studi Islam*, (Jakarta Timur: Prenamedia Group, 2018), h. 3.

² Cut Zahra Asia, *Strategi Peningkatan Penerimaan Dana Zis Pada Rumah Zakat Banda Aceh Pada Peningkatan Ekonomi Mustahik*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. 2019), h. 43.

³ Sandu Siyoto, et. al., *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media, 2015), h. 11-12.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Sumut Syariah KC. Medan yang berlokasi Comp. Centrium No. 4 Kel. 20159, Jl. Brigjend Katamso, AUR, Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara 20212.

2. Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																				
		Novemb er 2020	Februari 2021	April 2021	Mei 2021	Juni 2021	Juli 2021															
1.	Pengajuan judul																					
2.	Pengumpul an Data																					
3.	Penyusuna n Proposal																					
4.	Bimbingan Penasehat Akademik																					
5.	Bimbingan Pembimbn g Skripsi																					
6.	Seminar Proposal																					

1. Tahap Persiapan

Dalam tahapan ini peneliti mulai mengumpulkan buku-buku atau teori-teori dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan pembahasan penelitian mengenai strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid-19. Pada tahapan ini dilaksanakan pula proses penyusunan proposal penelitian yang kemudian akan diseminarkan sampai pada proses disetujuinya proposal penelitian oleh dosen pembimbing.

2. Mengadakan Studi Pendahuluan

Dalam tahapan ini, peneliti melakukan dan mengadakan kegiatan bertanya atau wawancara yang dianggap sebagai objek penelitian yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan atau informasi awal penelitian yang pada akhirnya dapat ditentukan dan disesuaikan dengan materi yang ada pada objek penelitian dengan judul penelitian sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan.

3. Tahap Analisa Data

Pada tahap ini, peneliti menyusun semua data yang telah dimiliki secara sistematis dan terinci sehingga data tersebut mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada pembaca secara jelas pengamatan langsung pada objek penelitian, sehingga dari data-data yang terkumpul peneliti dapat mengetahui strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid 19 di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.

E. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data penelitian adalah subjek dimana data didalam skripsi ini didapatkan. Dalam skripsi ini penulis menggunakan sumber data:

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama baik individu maupun perseorangan, seperti hasil wawancara yang dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dari hasil wawancara yang telah dilakukan berkaitan dengan strategi

peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid 19 di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.

2. Data Skunder

Data Skunder merupakan data Primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data Primer atau pihak lainya, seperti dalam bentuk tabel dan kolom atau diagram. Dalam hal ini peneliti memperoleh data dalam bentuk tabel dan literatur-literatur kepustakaan seperti buku-buku yang berkaitan dengan strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid 19.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan.⁴

Penulis telah melakukan teknik observasi di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk melanjutkan penelitian.

2. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu berkaitan dengan hal yang dapat memberikan informasi bagi proses penelitian.⁵

3. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan jawaban narasumber atau penjawab menggunakan persiapan. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat dan merekam jawaban narasumber. Jenis wawancara yang

⁴ Syafnidawaty, *Pengertian Observasi*, didapat di <https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/>, (diakses tanggal 10 November 2020).

⁵ Baswori, dkk., *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 91.

digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, maksudnya dalam melakukan wawancara peneliti sudah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Dan peneliti telah mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan strategi peningkatan dana pihak ketiga pada masa pandemi Covid-19, dan kemudian di tanyakan kepada narasumber.

G. Teknik Analisis Data

Setelah selesai mengumpulkan data dengan lengkap, tahapan selanjutnya adalah analisa data. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumentasi resmi, gambar (foto), rekaman wawancara, dan sebagainya.⁶

Teknik analisis data yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.

2. Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)

Pada tahap ini dilakukan analisis dan penentuan keputusan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan analisis SWOT dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi pemasaran yang akan digunakan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan. Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi objek seperti: strategi *Strengths Opportunities* (SO), *Strengths Threats*

⁶ Lexy J Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), h. 22.

(ST), *Weaknesses Opportunities* (WO) dan *Weaknesses Threats* (WT).

Keterangan :

- a. Strategi SO, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT, yaitu kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

H. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas data kredibilitas data. Kredibilitas hasil penelitian akan menunjukkan seberapa jauh kebenaran hasil penelitian dapat dipercaya. Di dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan validitas internal (*credibility*) pada aspek nilai kebenaran, pada penerapannya ditinjau dari validitas eksternal (*transferability*), dan realibilitas (*dependability*) pada aspek konsistensi, serta obyektivitas (*confirmability*) pada aspek naturalis.⁷

Uji *Confirmability* ini merupakan pengganti konsep obyektivitas dalam penelitian kualitatif. Pada penelitian kualitatif, obyektivitas diukur melalui orangnya atau peneliti sendiri. Bagi penelitian kualitatif, uji *confirmability* mirip dengan uji *dependability*, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian

⁷ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h.

merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.⁸ Uji *Confirmability* diperoleh dari hasil yang dilakukan peneliti mengenai sumber data, analisis data dan uji keabsahan data.

Penulis melakukan uji *confirmability* dikarenakan hasil penelitian telah disepakati oleh banyak pihak. Penelitian *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.

Validisasi atau keabsahan data ialah data yang tidak berbeda dengan data yang di dapat oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggung jawabkan.

⁸ Afifuddin Dan Beni Ahmad Sacbani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), h. 151.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dekripsi Hasil Penelitian

1. Sejarah PT. Bank SUMUT Syariah

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) atau disingkat PT. Bank Sumut didirikan pada tanggal 04 november 1961 berdasarkan akta notaris Roesli Nomor 22 Tanggal 04 November 1961 dalam bentuk perseroan terbatas dan diubah menjadi Bank Umum Milik Daerah (BUMD). Berdasarkan UU Nomor 13 tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah. Pendirian PT BPDSU diprakarsai oleh Adnan Nur Lubis (anggota DPRD Gotong Royong Sumatera Utara). James Warren Harahap (Direktur Bank Pembangunan Daerah Asahan) dan H. Abu Bakar (Pengusaha Swasta). Berdasarkan akta notaris Roesli Nomor 22 tanggal 4 november 1961 perihal Perseroan Terbatas Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (PT BPDSU) bahwa modal dasar PT BPDSU ditetapkan sebesar 100 juta (uang lama). Selama masa pra- operasi seluruh kegiatan PT BPDSU dipusatkana di Hotel Melati Kamar 27-28 di Jalan Amaliun Medan. Beberapa bulan setelah pendirian, pada tanggal 28 Februari tahun 1962, keluarlah surat izin Menteri Keuangan RI No. BUM 9-1-25/II tentang izin usaha PT BPDSU terhitung mulai menjalankan usahanya dengan modal disetor sebesar 25 Juta.¹

Terhitung mulai 15 Maret 1962 PT BPDSU mulai menjalankan kegiatan usahanya dengan menyewa satu lantai dari rumah toko gedung tua milik Sutan Naga di Jalan Palang Merah Nomor 62 dengan tulisan huruf besar “SUTAN NAGA” dimana lantai II masih dipergunakan oleh pemilik sebagai kantornya. Papan merek yang menunjukkan BPDSU berkantor diruko tersebut hanya berupa papan tulis dengan kapur. Pada

¹ <https://www.banksumut.co.id/>

pertengahan tahun 1967 setelah BPDSU ber laba, gedung yang disewa tersebut dibeli dan beberapa waktu kemudian dikembangkan lagi ke nomor 64 dan 66.

Pada tanggal 16 april 1999, berdasarkan Peraturan Daerah Tingkat 1 Sumatera Utara Nomor 2 tahun 1999 bentuk Perusahaan Daerah BPDSU diubah menjadi Perseroan Terbatas, dengan sebutan PT Bank Sumut. Perubahan tersebut dituangkan dalam Akta Pendirian Perseroan Terbatas Nomor 38 tahun 1999 Notaris Alina Hanum Nasution, S.H., dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Nomor C-8224 HT.01.01HT 00, serta diumumkan dalam berita Negara Republik Indonesia Nomor 54 Tanggal 6 Juli 1999. Pada tanggal 7 Mei 1999 dalam rangka program rekapitulasi perbankan, maka ditandatangani perjanjian rekapitulasi antara Pemerintah Republik Indonesia yang diwakili oleh Menteri Keuangan dan Gubernur Bank Indonesia dengan Komisaris dan Direksi PT Bank Sumut. Dengan inti perjanjian Pemerintah Daerah Tingkat I Sumatera Utara menambah modal sebesar Rp 76 Miliar dan Departement Keuangan turut menyertakan modal sebesar Rp 303 Miliar. Karena pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan bank, maka 15 desember 1999 melalui akta momor 31, modal dasar ditingkatkan menjadi Rp 500 Miliar.

Modal pemerintah pusat ini akan dikembalikan atau dibeli kembali oleh Pemerintah Daerah (Pemda) Provinsi dan Kabupaten /Kota se-Sumatera Utara. Teknologi pembukuan dan informasi juga terus berkembang, dimana pada awalnya seluruh administrasi masih dilakukan dengan sistem manual. Pengembangan selanjutnya dengan menggunakan mesin *Auditronic 730* dimulai sistem yang berbasis komputer, yang dilanjutkan dengan mikro komputer merek *Monroe*. Mini komputer uang.

Presiden direktur PT. Bank Sumut pertama kali di jabat oleh Drs. Diapari Panusunan Siregar, dengan Ketua Dewan Pengurus dijabat oleh Radja Djunjungan Lubis. Kemudian posisi pimpinan berganti menjadi

James Warren Harahap (1964- 1965), Baginda Pane (1965-1966), W.M.D Hutabarat (1966-1967), Ihutan Ritonga (1967-1984), Yahfin Siregar (1984-1991), Armin (1991-1999), Abdul Rahman (1999-2000), Gus Irawan Pasaribu (2000-2013). Edie Rizliyanto (2015-2019), Muchammad Budi Utomo (2019-sekarang). Bank Sumut termasuk dalam jajaran BPD yang memiliki aset terbesar, saat ini asetnya telah mencapai Rp 27 Triliun dengan dukungan 200 unit kantor yang berdiri dari Kantor Cabang Utama, Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Cabang Unit Mikro serta *payment point*, dengan cakupan wilayah kerja hingga DKI Jakarta (Cabang Atrium Senen, Cabang Melawai, dan Cabang Pembantu Tanah Abang). Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga haram. Tentunya, fatwa ini mendorong keinginan masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa-jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Dari hasil survey yang dilakukan di 8 kota di Sumatera Utara, menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah cukup tinggi yaitu mencapai 70% untuk tingkat ketertarikan dan diatas 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah. PT Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah didukung oleh sistem operasional perbankan yang disebut OLIB'S Syariah. Dalam menjalankan operasional perbankan sehari-hari PT Bank Sumut Unit Syariah menggunakan sistem operasional perbankan yang menguat pada prinsip Syariah. Pada sistem operasi Bank Sumut Unit Usaha Syariah pemilik dana menanamkan uangnya di Bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan dalam bentuk modal usaha, dengan perjanjian keuntungan telah disepakati.

Sedangkan sejarah Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan sendiri beroperasi pada tanggal 04 November 2004 hal ini bermula sejak

dikeluarkannya UU Nomor 10 tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah. Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya Umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi.

Hal tersebut semakin dikuatkan oleh Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga itu haram. Sehingga minat masyarakat terhadap perbankan syariah cukup tinggi dengan melihat Produk dan Jasa layanan bank syariah yang mengacu kepada prinsip syariah yang dapat mensejahterakan seluruh kalangan masyarakat.²

2. Visi, Misi dan Motto Perusahaan

Adapun Visi, Misi dan Motto Perusahaan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan adalah:³

a. Visi Perusahaan

Visi dari PT. Bank Sumut Syariah adalah “Mejadi Sebuah Bank Andalan Dalam Membantu Dan Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Dan Pembangunan Daerah Di Segala Bidang Dan Juga Sebagai Salah Satu Sumber Pendapatan Daerah Dalam Rangka Peningkatan Taraf Hidup Rakyat”.

b. Misi Perusahaan

Misi PT. Bank Sumut Syariah adalah “Mengelola Dana Pemerintah Dan Masyarakat Secara Professional Yang Didasarkan Pada Prinsip-Prinsip Compliance”.

² <https://www.banksumut.co.id/>

³ <https://www.banksumut.co.id/>

c. Statement Budaya Perusahaan (Motto)

Motto PT. Bank Sumut Syariah adalah “Memberikan Pelayanan Terbaik”.

Makna dari statement atau motto tersebut adalah : “Berusaha Untuk Selalu Dapat Dipercaya, Energik Dalam Melakukan Berbagai Kegiatan, Senantiasa Bersikap Ramah, Membina Hubungan Secara Bersahabat, Menciptakan Suasana Yang Aman Dan Nyaman, Mempunyai Integritas Tinggi, Memiliki Komitmen Untuk Memberikan Pelayanan Terbaik”.

3. Produk-Produk PT. Bank Sumut Syariah

a. Peghimpunan Dana

1) Tabungan⁴

a) Tabungan Martabe *Wadi'ah (Marwah)*

Tabungan marwah adalah tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip *wadi'ah yad-dhamanah* yang merupakan titipan murni dengan seizin pemilik dana (*Sahibul Mal*), bank dapat mengelolanya di dalam operasional bank untuk mendukung sektor riil, dengan menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana.

b) Tabungan Martabe *Mudharabah (Marhamah)*

Tabungan iB Martabe bagi hasil-tabungan marhamah merupakan produk penghimpunan dana yang dalam pengelolaannya menggunakan prinsip mudharabah mutlaqah, yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan bank sebagai

⁴ <https://www.banksumut.co.id/>

pihak yang bebas tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha-usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Keuntungan yang didapat dari penyaluran dana oleh bank akan memberi bagi hasil dengan nasabah sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

c) Tabungan *Makbul*

Tabungan *Makbul* adalah produk tabungan khusus PT. Bank Sumut Syariah sebagai sarana penitipan Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPIH) penabung perorangan secara bertahap ataupun sekaligus dan tidak dapat melakukan transaksi penarikan.

d) Tabungan Simpel iB

Tabungan Simpel iB merupakan tabungan berdasarkan akad *mudharabah muthlaqah* yang sesuai dengan prinsip syariah, berdasarkan akad yang digunakan maka pihak bank dapat menginvestasikan dana yang dititipkan oleh nasabah ke sektor apapun namun tetap sesuai dengan syariat islam dan nasabah yang menitipkan dananya pada bank akan mendapatkan bagi hasil.

e) Tabungan iB Rencana

Tabungan investasi bagi nasabah yang berkeinginan untuk menabung hingga sejumlah rencana investasi yang diinginkan dalam jangka waktu tertentu untuk berbagai tujuan.

f) Tabungan iB Prioritas

Tabungan IB Prioritas adalah tabungan khusus PT.

Bank Sumut Syariah yang diperuntukkan bagi nasabah yang memiliki dana diatas Rp 200.000.000,00 dengan menikmati fasilitas khusus yang diberikan. Tabungan iB Prioritas dibuka sejak tanggal 27 Desember 2016.

2) Deposito⁵

a) Deposito iB Ibadah

Produk deposito IB-Ibadah pada prinsipnya sama dengan tabungan marhamah, akan tetapi dana yang disimpan oleh nasabah hanya dapat ditarik berdasarkan jangka waktu (1, 3, 6, 12 Bulan) yang telah ditentukan dengan bagi hasil keuntungan yang telah disepakati. Investasi akan disalurkan untuk usaha yang produktif dan halal.

b) Produk Deposito iB Plus

Produk deposito iB plus pada prinsipnya sama dengan deposito iB-ibadah, akan tetapi produk ini memiliki manfaat yang lebih yaitu pemilik produk ini atau nasabah akan diberikan perlindungan asuransi. Investasi akan disalurkan untuk usaha yang produktif dan halal.

3) Giro

a) Giro iB Wadi'ah

Produk penghimpunan dana dengan prinsip *wadiah yad dhamanah*/titipan yang dapat diambil kapan saja (*on call*) menggunakan cek/giro dengan berdasarkan kesepakatan tertentu yang telah disepakati dan tidak ada imbal hasil yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank. Produk Giro ini diperuntukkan bagi nasabah perorangan, lembaga

⁵ <https://www.banksumut.co.id/>

dan badan usaha untuk memudahkan bisnis yang didukung dengan jaringan yang luas dan terkoneksi secara on-line dan dapat juga dijadikan sebagai rekening gabungan.

b) Giro iB *Mudharabah*

Giro iB *Mudharabah* merupakan Produk penghimpunan dana dengan prinsip mudharabah/bagi hasil dapat diambil kapan saja (*on call*) menggunakan cek/giro yang dapat digunakan sebagai investasi yang menguntungkan. Produk Giro ini diperuntukkan bagi nasabah perorangan, lembaga dan badan usaha untuk memudahkan bisnis yang didukung dengan jaringan yang luas dan terkoneksi secara on-line dan dapat juga dijadikan sebagai rekening gabungan.

Gambar 1.4

Ketentuan Nisbah Nasabah Produk Dana Pihak Ketiga PT. Bank Sumut Syariah⁶



PENGUMUMAN
Nomor : 01/UUS-DjiB/L/2021

Sehubungan dengan keputusan Tim ALCO PT.Bank Sumut, dengan ini kami sampaikan perubahan ketentuan nisbah Nasabah produk Dana Pihak Ketiga Mudharabah PT.Bank Sumut Unit Usaha Syariah sebagai berikut :

No	PRODUK	Nisbah Bagi Hasil	
		Baru(%)	Lama(%)
1	Giro Mudharabah Lembaga/Dinas/Instansi	20	25
2	Giro Mudharabah Swasta	20	25
3	Tabungan Marhamah		
	A. Rp.1 s/d Rp.500.000.000,-	30	31
	B. > Rp.500.000.000 s/d Rp.1.000.000.000,-	30	36
	C. > Rp.1.000.000.000	30	41
4	Tabungan iB Prioritas		
	A. Rp.1 s/d Rp.500.000.000,-	35	31
	B. > Rp.500.000.000 s/d Rp.1.000.000.000,-	35	36
	C. > Rp.1.000.000.000	35	41
5	Tabungan Marhamah Gaji		
	A. Rp.1 s/d Rp.1.000.000,-	20	2
	B. > Rp.1.000.000 s/d Rp.10.000.000,-	20	15
	C. > Rp.10.000.000 s/d Rp.50.000.000,-	20	30
	D. > Rp.50.000.000 s/d Rp.100.000.000,-	20	20
	E. > Rp.100.000.000	20	35
6	Deposito Ibadah		
	A. 1 Bulan	60	61
	B. 3 Bulan	60	64
	C. 6 Bulan	60	65
	D. 12 Bulan	60	66

Perubahan nisbah di atas mulai berlaku efektif :
a. Tabungan, 10 (sepuluh) hari kalender sejak diterbitkan pengumuman
b. Deposito 1 (satu) hari kalender sejak diterbitkan pengumuman

Untuk informasi lebih lanjut terhadap perubahan nisbah yang baru, Nasabah dapat mengunjungi Kantor PT.Bank Sumut Cabang/ Cabang Pembantu Syariah terdekat.

Demikian Kami sampaikan. Terima Kasih

Bank Sumut Call : 14002 | #ayokebanksumut
PT. Bank Sumut @banksumut @banksumut www.banksumut.co.id

⁶ <https://www.banksumut.co.id/>

b. Penyaluran Dana⁷

1) Pembiayaan iB Multiguna

Pembiayaan iB Multiguna menggunakan Akad *Murabahah*. *Murabahah* merupakan akad jual beli atas barang dengan harga yang disepakati diawal, dimana bank menyebutkan harga pembelian dan margin yang diperoleh bank. Bank dapat mensyaratkan pembeli untuk membayar uang muka (*urbun*). Nasabah membayar kepada bank menurut harga yang diperjanjikan dan harga/pembayaran ini adat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha seperti modal kerja dan investasi, namun juga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi.

2) Pembiayaan iB Modal Kerja dengan Akad *Mudharabah* dan Akad *Musyarakah*

Pembiayaan iB modal kerja dengan akad *mudharabah* adalah akad kerjasama antara bank sebagai pemilik dana penuh (100%) dengan nasabah sebagai pengelola dana (memiliki keahlian) untuk melaksanakan kegiatan usaha tertentu dimana pembagian keuntungan/bagi hasil dihitung dengan menggunakan metode bagi pendapatan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Jangka waktu pengembalian pokok pembiayaan dan pembagian keuntungan bagi hasil maksimal 12 (dua belas) bulan.

Sedangkan Pembiayaan iB modal kerja dengan akad *musyarakah* adalah penanaman dana dari pemilik dana/modal (bank) untuk mencampurkan modal/dana (nasabah) terhadap suatu usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati antara nasabah dan bank. Kerugian

⁷ <https://www.banksumut.co.id/>

ditanggung oleh pemilik modal/dana berdasarkan bagian dana modal masing-masing. Jangka waktu pembiayaan, pengembalian dana dan pembagian keuntungan ditentukan dalam akad.

3) KPR iB Griya Kredit Pemilik Rumah

IB Griya ini adalah pembiayaan yang di berikan secara perorangan untuk kebutuhan pembelian rumah tinggal yang dijual melalui pengembangan di lokasi-lokasi yang di inginkan tanpa pilihan yang terbatas, sesuai dengan rekomendasi yang dibutuhkan.

4) KPR FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan)

FLPP merupakan singkatan dari fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan. FLPP merupakan program besutan pemerintah untuk membantu masyarakat berpenghasilan rendah supaya bisa mengakses kredit kepemilikan rumah (KPR).

5) Talangan Umrah

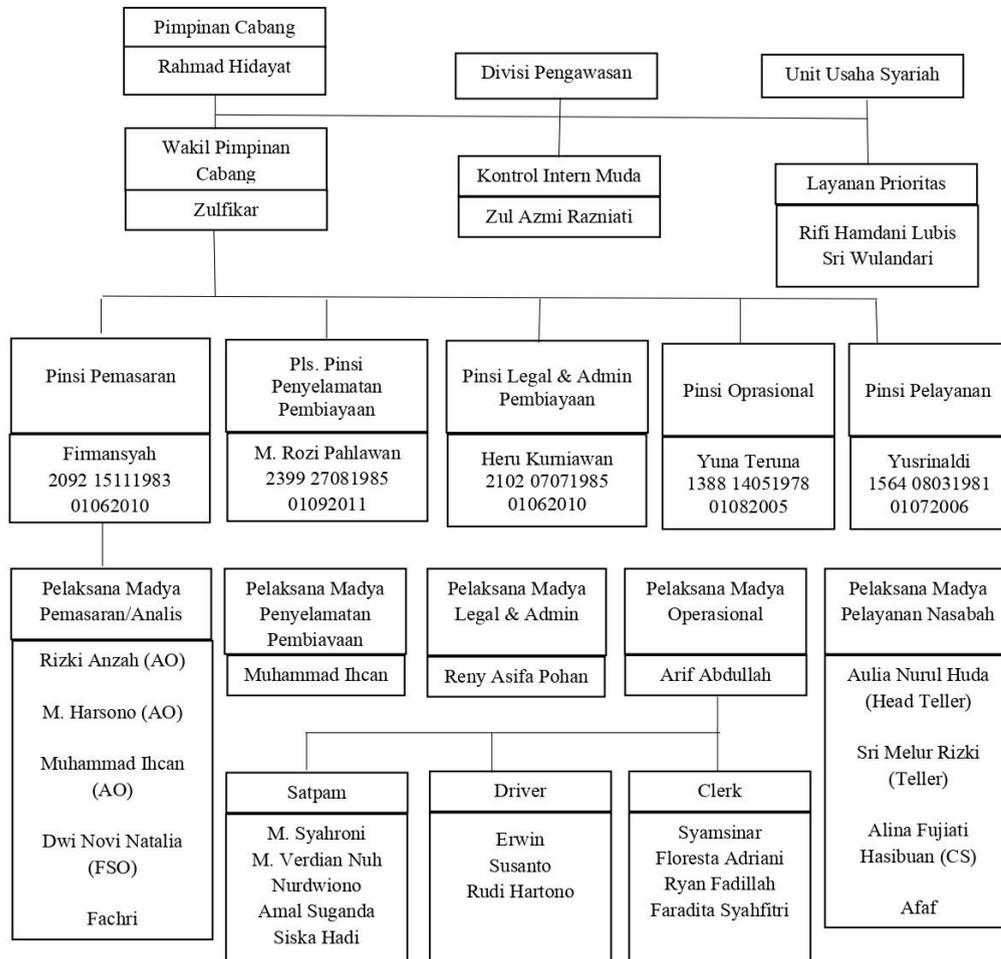
Talangan Umrah merupakan jenis pembiayaan yang disalurkan untuk masyarakat muslim yang ingin melakukan ibadah umrah dengan sasarannya berupa PNS, Pensiun dan Umum.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan unit-unit kerja dalam sebuah organisasi. Struktur menunjukkan bahwa adanya pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Dan selain itu struktur organisasi juga menunjukkan mengenai spesialisasi-spesialisasi dari pekerjaan, saluran perintah maupun penyampaian laporan. Berikut adalah struktur organisasi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan :⁸

⁸ PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan

Gambar 2.4
Stuktur Organisasi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan



a. Job Description Di Perusahaan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan⁹

1) Pimpinan Cabang

Adapun tugas dari Pemimpin Cabang adalah Mengarahkan dan mengontrol terlaksananya fungsi otorisasi aktivitas finansial dan non finansial sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sistem operasional kantor cabang dan unit kantor dibawahnya agar berjalan dengan efektif dan sesuai ketentuan, sistem pelayanan

⁹ PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan

nasabah di kantor cabang dan unit kantor dibawahnya sesuai regulasi, mengevaluasi kinerja unit kantor dibawahnya sesuai kewenangannya dalam rangka mengoptimalkan kinerja, mengevaluasi pengelolaan dana promosi dalam rangka mengoptimalkan kegiatan penjualan agar tercapainya target bisnis kantor cabang dan unit kantor dibawahnya, Mengarahkan pembuatan peta potensi bisnis di produk dana dan jasa serta pembiayaan dalam rangka memastikan ketersediaan peta potensi bisnis yang akurat, Merencanakan dan mengontrol pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dana dan jasa serta pembiayaan agar tercapainya target bisnis kantor cabang dan unit kantor cabang dibawahnya, Mengarahkan strategi bisnis dan pemberian pembiayaan sesuai dengan kebijakan kepada bawahannya dan unit kantor dibawahnya dalam rangka terciptanya kualitas dana dan jasa serta pembiayaan yang sehat, serta mengarahkan program kerja dan anggaran untuk mencapai target kinerja kantor cabang dan unit kantor dibawahnya.

2) Wakil Pemimpin Cabang

Tugas wakil pemimpin cabang adalah sebagai berikut :
Memonitor sistem pendataan nasabah agar memenuhi aspek kehati-hatian dan regulasi. Memonitor sistem/proses pelayanan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Mengkoordinasikan pemenuhan saldo kas dalam rangka memenuhi kewajiban likuiditas bank. Memonitor dan mengevaluasi aktifitas transaksi keuangan sesuai ketentuan berlaku. Memonitor sistem APU-PPT dan anti fraud agar sesuai regulasi eksternal dan internal. Memonitor kelancaran sistem Manajemen Teknologi Sistem Informasi untuk mendukung kelancaran operasional. Memonitor dan meningkatkan tata kelola operasional (logistik, kepegawaian, pemenuhan & pengaman fasilitas, dll) termasuk dengan rekanan/vendor dalam

rangka terciptanya kegiatan operasional yang efektif dan efisien. Memonitor dan mengevaluasi kinerja operasional unit kantor dibawahnya sesuai kewenangannya dalam rangka memaksimalkan kinerja operasional. Mendukung kegiatan keputusan permohonan pembiayaan untuk mempertahankan kualitas portofolio pembiayaan yang sehat. Memastikan kebenaran jumlah fisik uang dengan angka neraca kantor cabang. Mengevaluasi kinerja bawahan dan unit kantor dibawahnya untuk memastikan pencapaian target kinerja. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan Standar Operasional Prosedur di unit kerjanya.

3) Pemimpin Seksi Pemasaran

Tugas dari Pemimpin Seksi Pemasaran adalah sebagai berikut: Mengkoordinasikan proses pemeliharaan nasabah *existing* dalam rangka peningkatan kepuasan nasabah. Merekomendasikan pemetaan potensi bisnis hasil analisa informasi market *intelligence* terkait produk dana dan jasa serta pembiayaan. Mengkoordinasikan program pemasaran produk dana, jasa dan pembiayaan agar tercapainya target bisnis. Melaksanakan dan mendistribusikan tugas terkait kegiatan *monitoring* dan *supervise* pembiayaan sandi 1-2 sesuai ketentuan yang berlaku. Mengkoordinasikan dan memonitor proses penilaian pembiayaan dan keabsahan legalitas dokumen pembiayaan untuk menjaga kualitas pembiayaan yang diberikan pada calon nasabah. Melakukan kegiatan keputusan permohonan pembiayaan hasil analisis untuk menjaga kualitas pembiayaan yang diberikan pada calon nasabah. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan Standar Operasional Prosedur

di unit kerjanya.

4) Pemimpin Seksi Legal dan Administrasi Pembiayaan (LAP)

Tugas dari Pemimpin Seksi Legal dan Administrasi Pembiayaan (LAP) adalah sebagai berikut: Mengkoordinasikan dan memonitor proses realisasi pembiayaan dalam rangka mendukung *prudential banking*. Mengkoordinasikan dan memonitor proses pengikatan pembiayaan dalam rangka mendukung tersedianya legalitas dokumen permohonan pembiayaan yang lengkap dan sah. Mengkoordinasikan proses pemantauan peningkatan status kepemilikan dokumen barang agunan untuk pengikatan pembiayaan. Mengkoordinasikan permintaan penyimpanan dan pengambilan barang agunan agar terciptanya keamanan barang agunan sesuai dengan prosedur. Melaksanakan dan mendistribusikan tugas terkait pertanggungjawaban/asuransi baik jaminan atau jiwa kepada pihak asuransi. *Me-review* proses administrasi legal dokumen terkait pengikatan jaminan untuk legalitas dokumen permohonan pembiayaan yang lengkap dan sah. Memeriksa pelaporan Sistem Informasi Debitur terkait informasi pembayaran pembiayaan oleh nasabah. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja. Melaksanakan opname fisik atas seluruh surat barang agunan. Memastikan pembiayaan yang direalisasikan telah di-cover asuransi maupun penjaminan sesuai ketentuan. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan Standar Operasional Prosedur di unit kerjanya. Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standard tata kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya. Memonitor pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya.

5. Pemimpin Seksi Penyelamatan Pembiayaan

Tugas dari Pemimpin Seksi Penyelamatan Pembiayaan adalah sebagai berikut: Mengkoordinasikan dan menindaklanjuti proses Monitoring pembayaran pembiayaan oleh nasabah agar terciptanya pembayaran pembiayaan oleh nasabah agar terciptanya pembayaran pembiayaan yang lancar. Mengkoordinasikan dan menindaklanjuti proses *monitoring*, penagihan, pembiayaan sandi 3,4,5 dan rekening hapus buku (*write off*) agar tercapainya target perbaikan kualitas pembiayaan. Mengkoordinasikan dan memonitor proses penyelamatan pembiayaan untuk mencegah pembiayaan macet yang meningkat. Mengkoordinasikan program kunjungan ke nasabah dalam rangka penanganan restrukturisasi pembiayaan. Mengkoordinasikan dan menilai hasil proses permohonan restrukturisasi dalam rangka mencegah penurunan kualitas pembiayaan. Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja. Melakukan pemetaan terhadap alternatif penyelesaian pembiayaan bermasalah. Mengkoordinasikan tindakan hukum dan gugatan atas pembiayaan yang bermasalah. Terlaksananya kegiatan penyelesaian pembiayaan yang bermasalah (penagihan, lelang, restrukturisasi dan hapus buku). Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan Standar Operasional Prosedur di unit kerjanya. Menerapkan dan *me-monitoring* prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya. Memonitor pengelolaan resiko dalam rangka terciptanya manajemen risiko yang baik dan benar di unit kerjanya. Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka

terciptanya kualitas layanan di unit kerjanya. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya. Mengelola keterbukaan informasi di unit kerjanya dan menjaga rahasia jabatan serta rahasia bank. Mengarahkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan dan prinsip syariah di unit kerjanya.

6. Pemimpin Seksi Pelayanan Nasabah

Tugas dari pemimpin Seksi Pelayanan Nasabah adalah sebagai berikut: Mengkoordinasikan rekapitulasi kebutuhan/kelebihan uang tunai kantor cabang dan kantor dibawah kantor cabang agar sesuai dengan kebutuhan dan regulasi. Mengkoordinasikan distribusi uang internal sesuai kebutuhan dan regulasi. Mengkoordinasikan perhitungan posisi keuangan agar sesuai dengan target. Mengkoordinasikan pengisian uang tunai di mesin ATM untuk meningkatkan pelayanan nasabah. Mengkoordinasikan keamanan brankas bersama Wakil Pemimpin Cabang untuk meningkatkan keamanan isi brankas. Mengelola keterbukaan informasi di unit kerjanya dan menjaga rahasia jabatan serta rahasia bank. Mengarahkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan dan prinsip syariah di unit kerjanya.

7. Pemimpin Seksi Operasional

Tugas dari Pemimpin Seksi Operasional adalah sebagai berikut: Mengkoordinasikan pengelolaan infrastruktur untuk mendukung operasional kantor. Mengkoordinasikan pengadaan fasilitas kerja untuk mendukung operasional bank. Mengkoordinasikan proses pengamanan kantor sesuai regulasi bank. Mengkoordinasikan pengamanan distribusi uang untuk

memastikan keamanan. Mengkoordinasikan administrasi kepegawaian untuk mendukung operasional. Mengatur rotasi tenaga alih daya/ tenaga honor untuk memenuhi kebutuhan SDI bank. *Me-review* sistem jaringan informasi agar berfungsi secara optimal. Mengkoordinasikan administrasi surat-menyurat. Mengkoordinasikan pengelolaan kebutuhan operasional (ATK, BBC) unit kerja untuk mendukung operasional. Mengkoordinasikan kerjasama dengan rekaman/mitra untuk mendukung operasional bank. Mengkoordinasikan kegiatan pengiriman/transfer uang agar sesuai regulasi dan meningkatkan kepuasan nasabah. Mengkoordinasikan administrasi, evaluasi dan klarifikasi pelimpahan dan pelaporan penerimaan negara. Mengkoordinasikan proses penerimaan dan pembukuan untuk memastikan keakuratan transaksi. *Me-review* nota pembukuan untuk memastikan keabsahan transaksi. *Me-review* kegiatan verifikasi melalui sistem aplikasi *core banking* Bank Sumut agar terjadi kesesuaian data. Menindaklanjuti rekonsiliasi dengan kantor terkait untuk menjamin keakuratan transaksi. Mengkoordinasikan laporan konsolidasi keuangan bulanan. *Me-review* laporan keuangan dan *performance* untuk memastikan keakuratan laporan. Mengevaluasi kinerja bawahan. Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan Standar Operasional Prosedur di unit kerjanya.

8. *Head Teller*

Tugas dari *Head Teller* adalah: Menerima dan menghitung fisik uang tunai untuk memastikan keakuratan transaksi. Memeriksa saldo mesin ATM agar sesuai ketentuan. Melakukan pengawasan pengambilan dan pengisian uang tunai ke mesin ATM untuk meningkatkan pelayanan nasabah. Melakukan *approval* atas transaksi tunai dan *overbooking* pada *teller* tunai

sesuai ketentuan. Memeriksa kelengkapan dan kebenaran nota untuk memastikan keakuratan transaksi. Melaksanakan rekapitulasi harian pemindahan uang tunai untuk memastikan keakuratan transaksi. Mendistribusikan berita acara ke *control intern* untuk selanjutnya diarsipkan sesuai ketentuan. Memeriksa penerimaan uang tunai harian untuk memastikan keakuratan transaksi. Melaksanakan penyimpanan uang kedalam brankas/khasanah/k Luis untuk menjamin keamanan fisik uang. Mengevaluasi standard pelayanan *teller*. Mengkoordinasikan dan *me-review* kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur, serta pelapor dalam rangka terciptanya Standar Operasional Prosedur di unitnya. Mendukung pelaksanaan prinsip-prinsip GCG di unitnya dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governance* perusahaan. Menindaklanjuti pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya standar tata kelola risiko perusahaan. Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya. Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan di unit kerjanya. Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya. Mengelola keterbukaan informasi di unit kerjanya dan menjaga rahasia jabatan serta rahasia bank. Mengarahkan kegiatan budaya kepatuhan terhadap prinsip syariah di unit kerjanya.

B. Pembahasan Dan Hasil Penelitian

1. Strategi PT. Bank Sumut Syariah dalam Menghimpun Dana Pihak Ketiga Pada Masa Pandemi Covid-19

Adapun strategi dan langkah-langkah yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah pada masa Pandemi Covid-19 adalah :¹⁰

a. Strategi Promosi

Suatu produk yang bermanfaat akan tetapi tidak dikenal oleh konsumen, maka produk, tersebut tidak diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen agar daya beli terhadap suatu produk perusahaan tersebut di beli oleh konsumen. Adapun strategi promosi yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan dalam mempromosikan produk-produknya adalah sebagai berikut:

- 1) Dengan menggunakan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui bahwa adanya lembaga keuangan syariah seperti PT. Bank Sumut Syariah dengan produk maupun jasa layanannya khususnya produk-produk penghimpun dana. Periklanan menjalankan menjalankan tiga fungsi yaitu sebagai fungsi Informasi, persuasif dan sebagai pengingat. Sebagai informasi mengkomunikasikan informasi produk, ciri-ciri dan lokasi penjualanya. Sebagai persuasif yang mencoba membujuk para konsumen untuk membeli merek-merek tertentu atau mengubah sikap mereka terhadap produk atau perusahaan tertentu. Sebagai pengingat yang terus mengingatkan konsumen tentang sebuah produk sehingga mereka tetap membeli produk yang diiklankan.

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Rifi Hamdani Lubis, Tanggal 9 maret 2021, Di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan

Media iklan seperti: televisi, radio, koran, majalah dan lainnya. Karena bank sumut syariah kantor cabang medan merupakan lembaga keuangan syariah yang segmentasi pada umumnya masyarakat kecil dengan kondisi ekonomi menengah kebawah dan menaungi semua masyarakat untuk menabung. Pihak bank juga memberikan brosur-brosur produk tabungannya ke seluruh masyarakat umum.

- 2) *Website*, dengan website informasi tentang PT. Bank Sumut Syariah dapat diketahui masyarakat luas, sehingga produk dan jasa layanan khususnya produk-produk penghimpun dana pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan yang dapat diketahui masyarakat secara luas. *Website* PT. Bank Sumut Syariah dapat di akses melalui <https://www.banksumut.co.id/>
- 3) *Publisitas*, dengan mendatangi dan bekerja sama pihak Bank ketempat acara nasabah seperti kegiatan tahunan yang diadakan oleh organisasi DEMA (Dewan Eksekutif Mahasiswa) FEBI, yang dilaksanakan pada setiap tahunnya di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, memberikan sosialisasi produk-produk perbankan syariah, dengan dilakukanya kegiatan ini masyarakat/ mahasiswa akan mengetahui produk dan jasa layanan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan sehingga akan menjadi sumber informasi kepada masyarakat. Karena pada umumnya juga yang hadir pada kegiatan tersebut merupakan Mahasiswa UIN Sumatera Utara.
- 4) *Penjualan pribadi*, dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat Bank. Secara khusus personal selling dilakukan oleh petugas customer service dan service assistensi. Setiap bank selalu ingin dianggap yang

terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik, karena sekalipun pelayanan yang diberikan sudah maksimal, terkadang masih saja nasabah tidak puas, sehingga pada akhirnya malah beralih ke bank lainnya. Pegawai Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan juga mempromosikan produk-produk Bank Sumut Syariah.

- 5) *Referral*, Hubungan yang terjalin baik dengan nasabah, sehingga nasabah dengan suka rela akan mengajak keluarga atau rekannya untuk menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah. Dan strategi *Referral* juga berlaku pada pegawai PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan, yang mana setiap pegawai mempromosikan produk-produk Bank Sumut Syariah kepada keluarga, kerabat dan masyarakat lainya.
- 6) Melakukan kegiatan sosial, dengan mengadakan kegiatan sosial seperti yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan yaitu melakukan pengajian dan memberikan sumbangan Al-Quran kepada panti asuhan dan masyarakat kurang mampu, dapat menarik donator untuk membantu mensukseskan kegiatan tersebut. Dan tak luput pula dalam meaksanakan kegiatan tersebut PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan juga mempromosikan produk, jasa dan layanannya sehingga dengan demikian semakin banyaknya masyarakat menabung di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.

b. Strategi Produk

Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi, artinya produk yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk

bank lainya.

Secara umum, strategi yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan, Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan melakukan berbagai strategi, yaitu: *pertama*, Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan menyediakan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan nasabah. *kedua* strategi yang dilakukan adalah strategi penjemputan atau "jemput bola", artinya pegawai Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan terjun kelapangan menjumpai dan mendatangi masyarakat yang belum menabung di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan dan terhadap nasabah agar lebih banyak lagi menyimpan dananya di Bank dan melakukan kegiatan perbankan di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.

Penerapan strategi pemasaran berbagai produk simpanan yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan pada masa pandemic adalah mengedepankan mutu dari setiap produk dan jasanya, sehingga kebutuhan pasar tepat pada sasaranya. Dan produk-produk simpanan dilakukan dengan syarat yang mudah dengan akad wadiah dan mudharabah, yaitu dengan timbal balik jasa berupa bagi hasil untuk mudharabah dan bonus untuk wadiah yang kompetitif sesuai dengan syariat islam.

Adapun produk dan jasa yang diunggulkan pada masa Pandemi Covid-19 ialah:¹¹

1) Tabungan Martabe Mudharabah (*Marhamah*)

Tabungan iB Martabe bagi hasil-tabungan marhamah merupakan produk penghimpunan dana yang dalam pengelolaannya menggunakan prinsip mudharabah

¹¹ Wawancara dengan Bapak Rifi Hamdani Lubis, Tanggal 9 maret 2021, Di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan

mutlaqah, yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan bank sebagai pihak yang bebas tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha-usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Keuntungan yang didapat dari penyaluran dana oleh bank akan memberi bagi hasil dengan nasabah sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

Didalam produk Tabungan Marhamah ini, Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan menerapkan *marketing kits, marketing kits* sendiri adalah pemberian souvenir berupa *goody bag priority* atau barang yang berlogo PT. Bank Sumut Syariah. Adapun keuntungan menggunakan Tabungan Marhamah ini adalah, setiap nasabah yang menabung dan memiliki saldo minimal Rp. 500.000,00 maka nasabah tersebut berhak menerima *merchandise* yang diberikan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan dengan percuma kepada nasabah, adapun *merchandise* tersebut berupa: Tumbler, Boneka, Gantungan Kunci, dan lainnya. Sehingga dengan diadakannya hal tersebut dapat menarik minat nasabah untuk menabung.

2) Jasa/ Layanan Sumut *Mobile*

Sumut *Mobile* adalah layanan yang diberikan kepada nasabah untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, melakukan pembayaran, dan pembelian melalui media *Mobile Banking* (Sumut *Mobile*).

Pada masa pandemi seperti sekarang ini banyaknya lokasi perbelanjaan dan beberapa tempat mengalami

Lock Down dan PPKM sehingga mengakibatkan susahnyanya untuk melakukan kegiatan ekonomi. Dengan keadaan seperti ini PT. Bank Sumut melakukan inovasi agar nasabah tetap bisa melakukan berbagai kegiatan ekonomi dan transaksi lainnya. Dengan adanya layanan/jasa Sumut *Mobile* dapat menarik minat masyarakat untuk menabung dan bagi nasabah PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan agar lebih menyimpan dananya.

Menurut Bapak Rifi Hamdani Lubis, menyatakan bahwa: Strategi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan pada masa Pandemi Covid-19 adalah mengeluarkan inovasi produk dan layanan/jasa yang dibutuhkan masyarakat pada saat pandemi seperti ini, adapun produk dan layanan/jasa tersebut adalah Tabungan marhamah yang didalamnya terdapat *Marketing Kits* yakni sebuah promosi-promosi dengan memberikan merchandise-merchandise yang dapat menarik minat nasabah. Dan layanan/ jasanya adalah Sumut *Mobile*, sehingga masa pandemi sekalipun nasabah tetap dapat melakukan berbagai transaksi.¹²

2. Analisis SWOT Strategi Dana Pihak Ketiga Pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.

Identifikasi lingkungan Internal dan Eksternal

Identifikasi dilakukan dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada narasumber yakni Bapak Rifi Hamdani Lubis yang menjabat sebagai kepala Divisi *Funding* PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan yang dianggap memiliki pemahaman baik. Terdapat sembilan variabel lingkungan internal, seperti Daya Tarik, Akses,

¹² Wawancara dengan Bapak Rifi Hamdani Lubis, Tanggal 9 maret 2021, Di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

Akomodasi, Keamanan, Sistem Informasi Manajemen serta Fungsi Pemasaran, Fungsi Manajemen, Fungsi Keuangan, Fungsi Riset dan Pengembangan. Lingkungan eksternal memiliki tujuh variabel, seperti Demografi, Ekonomi, Politik dan Hukum, Sosial Budaya, Pesaing, Pendetang Baru, dan Produk Substitusi.

Tabel 1.4

Rekapitulasi Faktor Internal dan Eksternal

No	Faktor Internal	Faktor Eksternal
	Kekuatan (S)	Peluang (O)
1	Memiliki nama yang baik	Pertumbuhan masyarakat.
2	Hubungan baik dengan nasabah	Permintaan akan produk dan jasa/layanan meningkat.
3	Kualitas Produk serta Layanan/Jasa yang baik	Perkembangan jaringan.
4	Promosi melalui media Internet	Perkembangan teknologi.
5	Promosi melalui media langsung (jemput bola)	
6	Memiliki karyawan yang loyal.	
	Kelemahan (W)	Ancaman (T)
1	Jaringan pemasaran yang terbatas.	Ekonomi menurun disebabkan pandemi.
2	Berlakukunya PSBB/PPKM	Mudah mendapatkan produk substitusi.
3	SDM yang kurang untuk melakukan pemasaran.	Perilaku kompetitif pesaing.
4	Kurangnya pengetahuan terhadap produk dan layanan/jasa.	

Matriks EFE dan IFE

Penilaian yang dilakukan dengan menggunakan *software excel* dengan pembobotan global lalu dirata-rata sehingga menghasilkan total bobot untuk kekuatan dan kelemahan adalah 1 serta peluang dan ancaman adalah 1. Sedangkan rating pada Matriks EFE dan Skala yang digunakan pada Matriks EFE adalah dimana 4 = respon perusahaan superior, 3 = respon perusahaan di atas rata-rata, 2 = respon perusahaan rata-rata, 1 = respon perusahaan buruk. Pada Matriks IFE menggunakan skala dengan 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, dan 1 = kelemahan utama. Selanjutnya, Skor diperoleh dengan cara mengalikan bobot dengan rating untuk setiap faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada.

Table 2.4
Rekap Matriks EFE

	FAKTOR STRATEGI	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Sekor
STRENGTH	Memiliki nama yang baik	2	0,086957	3	0,26087
	Hubungan baik dengan nasabah	2	0,086957	3	0,26087
	Kualitas Produk serta Layanan/Jasa yang baik	3	0,130435	4	0,52174
	Promosi melalui media Internet	2	0,086957	3	0,26087
	Promosi melalui media langsung (jemput bola)	3	0,130435	4	0,52174
	Memiliki karyawan yang loyal.	3	0,130435	4	0,52174
WEAKNESS	Jaringan pemasaran yang terbatas.	1	0,043478	2	0,08696
	Berlakukunya PSBB/PPKM	3	0,130435	1	0,13043
	SDM yang kurang untuk melakukan pemasaran.	2	0,086957	2	0,17391
	Kurangnya pengetahuan terhadap produk dan layanan/jasa.	2	0,086957	2	0,17391
	Total		1		2,91304

Table 3.4
Rekap Matrik IFE

	FAKTOR STRATEGI	Tingkat Siknifikan	Bobot	Rating	Skor
OPPORTUNITY	Pertumbuhan masyarakat.	2	0,11111	3	0,3333
	Permintaan akan produk dan jasa/layanan meningkat.	3	0,16667	4	0,6667
	Perkembangan jaringan.	3	0,16667	4	0,6667
	Perkembangan teknologi.	3	0,16667	4	0,6667
THREAT	Ekonomi menurun disebabkan pandemi.	3	0,16667	4	0,6667
	Mudah mendapatkan produk substitusi.	2	0,11111	3	0,3333
	Perilaku kompetitif pesaing.	2	0,11111	3	0,3333
	Total	18	1		3,6667

Untuk memperoleh gambaran yang lebih detail tentang strategi apa yang dapat diterapkan oleh PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan, maka peneliti menggunakan matriks SWOT, karena dengan menggunakan matriks ini pihak perusahaan dapat memilih berbagai kemungkinan alternatif strategi (SO, ST, WO, dan WT) yang kemudian dapat disinkronkan dengan berbagai pilihan alternatif strategi pertumbuhan. Pemilihan strategi alternatif ini sangat ditentukan oleh factor Internal dan Eksternal yang berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan, dapat dilihat pada tabel di bawah.

Table 4.4
Matriks SWOT

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	1. Memiliki nama yang baik 2. Hubungan baik	1. Jaringan pemasaran yang terbatas.

	<p>dengan nasabah</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Kualitas Produk serta Layanan/Jasa yang baik 4. Promosi melalui media Internet 5. Promosi melalui media langsung (jemput bola) 6. Memiliki karyawan yang loyal. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Berlakukunya PSBB/PPKM 3. SDM yang kurang untuk melakukan pemasaran. 4. Kurangnya pengetahuan terhadap produk dan layanan/jasa.
PELUANG (O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan masyarakat. 2. Permintaan akan produk dan jasa/layanan meningkat. 3. Perkembangan jaringan. 4. Perkembangan teknologi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerjasama dengan perusahaan lain. 2. Meningkatkan mutu produk dan jasa/ layanan baik dalam segi nisbah dan margin untuk menarik nasabah. 3. Meningkatkan promosi dengan menggunakan iklan pada sosial media. 4. Mengoptimalkan kegiatan marketing dengan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki manajemen untuk mengatasi SDM yang kurang mumpuni. 2. Menjalankan kegiatan marketing dengan menggunakan proses yang ketat. 3. Menawarkan produk dan jasa/layanan melalui alat-alat modern. 4. Mengadakan

	<p>menggunakan alat-alat modern.</p> <p>5. Melakukan seminar atau webinar.</p>	<p>seminar/webinar internal terkait produk dan jasa/layanan.</p> <p>5. Mengadakan penilaian terhadap karyawan terbaik.</p>
ANCAMAN (T)	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
<p>1. Ekonomi menurun disebabkan pandemi.</p> <p>2. Mudah mendapatkan produk substitusi.</p> <p>3. Perilaku kompetitif pesaing.</p>	<p>1. Melakukan penetrasi pasar.</p> <p>2. Melakukan wawancara terhadap nasabah terkait produk dan jasa/layanan apa yang dibutuhkan pada masa pandemi.</p> <p>3. Mengoptimalkan kegiatan marketing melalui alat-alat modern.</p> <p>4. Melakukan inovasi produk dan jasa/layanan seperti SUMUT NET.</p>	<p>1. Bekerjasama dengan pemerintah atau lembaga terkait dalam memasarkan produk dan jasa/layanan.</p> <p>2. Menggunakan internet dalam memasarkan produk dan jasa/layanan.</p> <p>3. Merekrut SDM yang mumpuni dalam perbankan Syariah.</p>

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi S-O

- a. Menjalin kerjasama dengan perusahaan lain.
- b. Meningkatkan mutu produk dan jasa/ layanan baik dalam segi nisbah

dan margin untuk menarik nasabah.

- c. Meningkatkan promosi dengan menggunakan iklan pada sosial media.
- d. Mengoptimalkan kegiatan marketing dengan menggunakan alat-alat modern.
- e. Melakukan seminar atau webinar.

2. Strategi W-O

- a. Memperbaiki manajemen untuk mengatasi SDM yang kurang mumpuni.
- b. Menjalankan kegiatan marketing dengan menggunakan proses yang ketat.
- c. Menawarkan produk dan jasa/layanan melalui alat-alat modern.
- d. Mengadakan seminar/webinar internal terkait produk dan jasa/layanan.
- e. Mengadakan penilaian terhadap karyawan terbaik.

3. Strategi S-T

- a. Melakukan penetrasi pasar.
- b. Melakukan wawancara terhadap nasabah terkait produk dan jasa/layanan apa yang dibutuhkan pada masa pandemi.
- c. Mengoptimalkan kegiatan marketing melalui alat-alat modern.
- d. Melakukan inovasi produk dan jasa/layanan seperti SUMUT NET.

4. Strategi W-T

- a. Bekerjasama dengan pemerintah atau lembaga terkait dalam memasarkan produk dan jasa/layanan.
- b. Menggunakan internet dalam memasarkan produk dan jasa/layanan.
- c. Merekrut SDM yang mumpuni dalam perbankan Syariah.

3. Kendala-Kendala yang dialami dalam Menerapkan Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga

Beberapa kendala yang dialami PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang

Medan di antaranya:¹³

- a. *Lock Down* dan PPKM (pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat), kedua hal tersebut menjadi kendala utama dalam masa pandemi Covid-19 seperti ini, hal tersebut mengakibatkan semakin sedikitnya masyarakat mengetahui produk dan layanan/jasa yang ada di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.

Dan dengan diterapkannya *Lock Down* dan PPKM mengakibatkan terkendalanya pegawai Bank Sumut Syariah Kc Medan terjun kelapangan untuk menjalankan strategi yang ada.

- b. Kurangnya sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan pemasaran. Dalam hal ini terkendala pada jumlah tenaga di lapangan dalam mempromosikan Produk dan Layanan/jasa yang ada di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan
- c. Kurangnya jaringan kantor PT. Bank Sumut Syariah. Hal ini dipengaruhi oleh dominasi bank konvensional, Hal ini mempengaruhi minat dan pengetahuan masyarakat dalam produk dan jasa/layanan yang notabene masyarakat lebih cenderung ke bank konvensional. Pengembangan jaringan kantor PT. Bank Sumut Syariah diperlukan dalam rangka perluasan jangkauan pelayanan kepada masyarakat.
- d. Kurangnya pengetahuan, pemahaman produk dan jasa/layanan PT. Bank Sumut Syariah. Pengetahuan tentang perbankan syariah masih belum diketahui oleh masyarakat umum, dikarenakan masyarakat masih menganggap bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional.

Menurut Bapak Rifi Hamdani Lubis, menyatakan bahwa: Kendala yang paling dalam pelaksanaan strategi PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan adalah diterapkannya *Lock Down* dan PPKM, kedua hal tersebut adalah kendala utama dalam menjalankan strategi yang telah ada,

¹³ *Ibid.*

namun kedua hal tersebut tidak menjadikan PT. Bank Sumut Syariah diam dan tidak melakukan apapun, akan tetapi dengan adanya Pandemi Covid-19 menjadikan PT. Bank Sumut Syariah terus berinovasi dan berkembang dalam melayani masyarakat dengan menawarkan Produk dan layanan/ jasa yang dibutuhkan masyarakat pada saat pandemi.¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala dalam melakukan strategi pemasaran pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan adalah diadakanya *Lock Down* dan PPKM, dengan di terapkanya kedua hal tersebut mengakibatkan sulitnya menjalankan kegiatan perbankan dan perekonomian, namun PT. Bank Sumut Syariah sendiri tidak tinggal diam dan terus melaukan inovasi dalam produk dan layanan/ jasa yang dibutuhkan masyarakat sehingga nasabah semakin loyal kepada Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.

¹⁴ Wawancara dengan Bapak Rifi Hamdani Lubis, Tanggal 9 maret 2021, Di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian skripsi ini, maka peneliti membuat kesimpulan dari hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Strategi yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 adalah :
 - a. Strategi Promosi
 - 1) Dengan menggunakan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui bahwa adanya lembaga keuangan syariah seperti PT. Bank Sumut Syariah dengan produk maupun jasa layanannya khususnya produk-produk penghimpun dana.
 - 2) Website, dengan website informasi tentang PT. Bank Sumut Syariah dapat diketahui masyarakat luas, Website PT. Bank Sumut Syariah dapat di akses melalui <https://www.banksumut.co.id/>
 - 3) Publisitas, dengan mendatangi dan bekerja sama pihak Bank ketempat acara nasabah.
 - 4) Penjualan pribadi, dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat Bank.
 - 5) *Referral*, Hubungan yang terjalin baik dengan nasabah.
 - 6) Melakukan kegiatan sosial
 - b. Strategi Produk
 - 1) Menggunakan *Marketing Kits* pada Tabungan Martabe Mudharabah (Marhamah)
 - 2) Jasa/ Layanan Sumut Mobile

2. Analisis SWOT Terkait Strategi Yang Dapat Dilakukan PT. Bank Sumut Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19.

a. Strategi S-O

- 1) Menjalin kerjasama dengan perusahaan lain.
- 2) Meningkatkan mutu produk dan jasa/ layanan baik dalam segi nisbah dan margin untuk menarik nasabah.
- 3) Meningkatkan promosi dengan menggunakan iklan pada sosial media.
- 4) Mengoptimalkan kegiatan marketing dengan menggunakan alat-alat modern.
- 5) Melakukan seminar atau webinar.

b. Strategi W-O

- 1) Memperbaiki manajemen untuk mengatasi SDM yang kurang mumpuni.
- 2) Menjalankan kegiatan marketing dengan menggunakan proses yang ketat.
- 3) Menawarkan produk dan jasa/layanan melalui alat-alat modern.
- 4) Mengadakan seminar/webinar internal terkait produk dan jasa/layanan.
- 5) Mengadakan penilaian terhadap karyawan terbaik.

c. Strategi S-T

- 1) Melakukan penetrasi pasar.
- 2) Melakukan wawancara terhadap nasabah terkait produk dan jasa/layanan apa yang dibutuhkan pada masa pandemi.
- 3) Mengoptimalkan kegiatan marketing melalui alat-alat modern.
- 4) Melakukan inovasi produk dan jasa/layanan seperti SUMUT NET.

d. Strategi W-T

- 1) Bekerjasama dengan pemerintah atau lembaga terkait dalam memasarkan produk dan jasa/layanan.
- 2) Menggunakan internet dalam memasarkan produk dan

jasa/layanan.

3) Merekrut SDM yang mumpuni dalam perbankan Syariah.

3. Kendala-Kendala yang dialami dalam Menerapkan Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga:

- a. *Lock Down* dan PPKM (pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat), kedua hal tersebut menjadi kendala utama dalam masa pandemi Covid-19 seperti ini, hal tersebut mengakibatkan semakin sedikitnya masyarakat mengetahui produk dan layanan/jasa yang ada di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.
- b. Kurangnya sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan pemasaran.
- c. Kurangnya jaringan kantor Bank Sumut Syariah.
- d. Kurangnya pengetahuan, pemahaman produk dan jasa/layanan PT. Bank Sumut Syariah.

B. SARAN

PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan perlunya memaksimalkan produk dan jasa/layanan yang ada dengan melakukan promosi pada media social, media cetak dan juga media elektronik. Agar publik atau masyarakat umum lebih mudah mengetahui bahwasannya di PT. Bank Sumut Syariah memiliki produk dan jasa/layanan yang produk tersebut dapat menarik minat nasabah.

Dengan menjalankan strategi yang telah dimiliki dengan maksimal, sehingga nasabah semakin loyal dan tertarik untuk menyimpan dananya lebih banyak lagi dan masyarakat lebih mengetahui produk dan jasa/layanan yang dimiliki PT. Bank Sumut Syariah, yang diharapkan nantinya dari masyarakat luas agar dapat menyimpan dananya di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.

DAFTAR PUSTAKA

Reverensi Dari Buku

- Afifuddin Dan Sacbani, Beni Ahmad. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alimin, Muhammad. 2004. *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Al-Quran dan Terjemahannya. 2013. Departemen Agama RI. Jakarta : Pustaka Al-Mubin.
- Andiranto. 2019. *Manajemen Bank Syariah*. Surabaya: Qiara Media, edisi pertama
- Anshor, Abdul Ghofur. 2007. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Antoni, Syafi'I. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Arif, M.Nur Rianto Al. 2010. *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, Zainul. 2009. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Azkia Publisher.
- Baswori, DKK. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Batubara, Chuzaimah, DKK. 2018. *Handbook Metodologi Studi Islam*. Jakarta Timur: Prenamedia Group.
- Budi, Ichsan Setiyo. 2006. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Selemba Empat.
- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategi Konsep-Konsep*. Jakarta: PT. index Kelompok Gramedia.
- Fred, Fred R. 2011. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Selemba Empat.
- Hadinoto, Soetanto. 2008. *Strategi Pendanaan Bank Dan Manajemen Pasiva*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hermansyah. 2020. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group, edisi 3.
- Herprasetyo, Budi. 2012. *Sukses Ubah Kartu Kredit Menjadi Modal Usaha*. Jawa Timur: Adora Media.

- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group, ed. Pertama.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, edisi pertama.
- Kasmir. 2014. *Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Jakarta: Rajawali Press, ed. Revisi.
- Kasmir. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, edisi kedua.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 1995. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Masru, Masrul. 2020. *Pandemic Covid-19: Persoalan Dan Refleksi Di Indonesia*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Moloeng, Lexy J. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mustag, Ahmad. 2001. *The Future Of Economics: An Islamic Perspektif*. Jakarta: Asy Syamil Press.
- Nugrahanti, Imroatul Mufida. 2020. *Ekonomi Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19*. Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, edisi pertama.
- Nugroho, Riant. 2020. *Dampak Covid 19 Pada Ekonomi Pendekatan Strategi Ketahanan Pangan*. Jakarta: Yayasan Rumah Reformasi Kebijakan.
- Prasetyo, Aji. 2019. *Akuntansi Keuangan Syariah Teori, Kasus, Dan Pengantar Menuju Peraktik*. cv. Andi Offsed.
- PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan.
- Qardawi, Yusuf al. 2001. *Bunga Bank Haram*. Jakarta: Akbar Media Eka Sarana.
- Rahma, Tri Inda Fadhila. 2019. *Perbankan Syariah*. Medan : FEBI UIN-SU Press, edisi pertama.
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Uin-Su Press.
- Rangkuty, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*.
- Robinson, Pearce. *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Saeed, Abdullah. 2004. *Menyoal Bank Syari'ah : Keritik Atas Implementasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalois*. Jakarta: Paramadina.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Strategi*.
- Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.
- Soemitra, Andri. 2019. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta Timur: edisi pertama.
- Supratikno, Hendrawan. 2003. *Advanced Strategic Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suyatno, Thomas. 2007. *Dasar-Dasar Perkreditan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, edisi 1.
- Tarigan, Azhari Akmal. 2016. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan, Febi Uin-Su Press.
- Ticoalu dan Dharma, Agus. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Uman, Khotibul dan Utomo, Setiawan Budi. 2017. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Umar, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, edisi pertama.
- Wawancara dengan Bapak Rifi Hamdani Lubis, Tanggal 9 maret 2021, Di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.
- Widyatmoko, Agoeng. 2005. *Cara Jitu Mendapatkan Kredit Bank*. Tangerang, PT. AgroMedia Pustaka.
- Zuhdi, Masjfuk. 1997. *Masail Fiqihiyah*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung

Referensi Dari Jurnal Dan Skripsi

- Arofi, Zuhron. 2021. *Optimis di Tengah Pandemi: Cara Rasulullah Menyelesaikan Masalah Pandemi*. Jurnal, Community Empowerment, Vol.6 No.1.
- Asia, Cut Zahra. 2019. *Strategi Peningkatan Penerimaan Dana Zis Pada Rumah Zakat Banda Aceh Pada Peningkatan Ekonomi Mustahik*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Basri, Samsul. 2018. *Metode Pengajaran Ekonomi Syariah Berdasarkan Surah Al-Baqarah Ayat 275-280*. Jurnal Pendidikan Islam Ta'dibuna, Vol. 7. No 2.
- Effendi, Ihsan. 2020. Prawidya Hariani RS, *Dampak Covid 19 Terhadap Bank Syariah*. Jurnal: Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Vol. 20 No. 2.
- Habiburahman. 2017. *Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi, Vol 22. No. 2.
- Ilyas, Rahmat. 2015. *Kontrak Pembiayaan Murabahah dan Musawamah*. Jurnal BISNIS, Vol. 3, No. 2.
- Lestari, Ayu Suci. dan Gunawan, *The Impact of Covid-19 Pandemic on Learning Implementation of Primary and Secondary School Levels*, Jurnal, Indonesian Journal of Elementary and Childhood Education, Vol. 1 No. 2, 2020: 58 – 63. h. 59.
- Listina. Osie. 2020. *Edukasi Corona Virus Disease 19 (Covid-19) Melalui Penyebaran Poster Kepada Masyarakat Kecamatan Slawi Kabupaten Tegal*. Jurnal Abdimas Bhakti Indonesia. Vol 1, No 2.
- Mardhiyaturrositaningsih dan Mahfudz, Muhammad Syarqim. 2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah*. Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Vol. 2, No. 1.
- Martha, Winda Alifia. 2012. *Strategi Divisi Funding Untuk Mendapatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Tabungan Pensiun Nasional (BTPN) Tbk. Kantor Cabang Surakarta*. Skripsi: Sebelas Maret Surakarta.
- Marzuki, Ismail Dan Ramdaniah, Faith. 2019. *Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Vol. 6. No. 1.
- Meilani, Fitri. 2011. *Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada BMT Al-Fath Ikmi Pamulang*. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah.

- Safitri, Febriyani. 2018. *Penitipan Hasil Panen Padi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Kampung Suka Jawa Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negri (Iain) Metro.
- Setiawan. 2015. *Determinan Penentu Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jurnal: Politeknik Negeri Bandung.
- Sumarni, Yanti. 2020. *Pandemi Covid-19 Tentang Ekonomi Dan Bisnis*, Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Vol. 6 No. 2.
- Sunariya, M. ja'far Shiddiq Dan Istnaini, Putri Raudhatul. 2020. *Dampak Covid-19 Terhadap Lembaga Keuangan Syariah (Perbankan Syariah)*. Jurnal.
- Tactria, Michael, DKK. 2010. *Strategi Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Sinarmas*. Jurnal: *Journal of Applied Finance and Accounting*.
- Tarigan, Pebi Resque. 2018. *Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ke Tigapada PT. Bank Syariah Mandiri kcp Medan Ringroad*. Skripsi: UIN Sumatera Utara.

Referensi Dari Website

Paranita, Ellyvon. 2020. *Diumumkan Awal Maret, Ahli : Virus Corona Masuk Indonesia Dari Januari*, didapat dari <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>.

PT. Bank Sumut <https://www.banksumut.co.id/>

Syafnidawaty. 2020. *Pengertian Observasi*, didapat di <https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/>.

Yunita, Niken Widya. *Doa Masuk Pasar Dan Mall, Lengkap Dengan Artinya*, didapat dari <https://news.detik.com/berita/d-4851037/doa-masuk-pasar-dan-mal-lengkap-dengan-artinya>.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS DIRI

1. Nama : Azwar Hamid
2. NIM : 0503173310
3. Tempat/ Tanggal Lahir : Medan, 07 Oktober 1998
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Jurusan : S1 Perbankan Syariah
6. Alamat : Deli Tua, Jln. Sejarah No. 14
7. Status : Belum Menikah
8. No HP : 085270868631
9. Alamat Email : azwarhamid223@gmail.com
10. Anak Ke : 1 dari 4 Bersaudara
11. Nama Orang tua :
Ayah : Ganda Berani
Ibu : Rosmala Dewi

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2003-2004 : TK Babel
2. Tahun 2004-2010 : SD Negeri 1 Kutacane
3. Tahun 2010-2013 : MTS Swasta PP. Ar-Raudhatul Hasanah
4. Tahun 2013-2016 : MA Swasta PP. Ar-Raudhatul Hasanah
5. Tahun 2017-2021 : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Tahun 2017-2018 : KSEI IQEB UINSU
2. Tahun 2019-2021 : DEMA FEBI UINSU

