

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos* yang berarti umum. Ada konsep strategi terus berkembang. Berikut pengertian strategi menurut Jatmiko, strategi adalah cara organisasi mencapai tujuannya berdasarkan peluang dan tantangan yang dihadapinya di lingkungan eksternal serta sumber daya dan kemampuan internal perusahaan.²⁴

Menurut Umar, strategi adalah tindakan yang terus-menerus, incremental (senantiasa meningkat). Ini juga dilakukan harapan masa depan pelanggan. Oleh karena itu, strategi hampir selalu dimulai dari kemungkinan daripada realitas. Kompetensi inti diperlukan untuk merevolusi pasar dan mengubah cara konsumen berpikir. Perusahaan harus menemukan kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.²⁵

2. Tahap-Tahap Strategi

Di antara tahapan yang digunakan dalam penerapan strategi adalah sebagai berikut :

a. Perumusan Strategi

²⁴ Yuliana Setyaningsih, 'Manajemen Strategi Bauran Pemasaran Untuk Perusahaan Jasa', *SKRIPSI* (Universitas Brawijaya, 2007).h.7

²⁵ Tetty Yuliaty, Cut Sarah Shafira, and Muhammad Rafi Akbar, 'Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong', *Journal Management*, 19.3 (2020), 293-308 (h.294).

Menyusun strategi adalah langkah pertama yang harus dilakukan. Mengembangkan tujuan, mengetahui peluang dan tantangan dari luar, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, membuat strategi alternatif, dan memilih strategi apa yang harus diterapkan termasuk di dalamnya. Suatu sikap untuk membuat keputusan dalam proses kegiatan juga ditentukan selama proses perumusan strategi.

b. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi, langkah selanjutnya adalah menerapkannya. Strategi yang telah dibuat tersebut. Sangat penting bagi seluruh unit, tingkat, dan anggota organisasi untuk bekerja sama dan berkomitmen untuk menerapkan strategi yang telah dipilih. Proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian jika tidak ada komitmen dan kolaborasi dalam pelaksanaan strategi. Untuk menerapkan strategi, alokasi dan pengorganisasian sumber daya diperlukan. Ini ditunjukkan melalui penetapan struktur dan mekanisme kepemimpinan yang disesuaikan dengan budaya perusahaan dan organisasi

c. Evaluasi Strategi

Ini adalah tahap pertama dari strategi, yaitu evaluasi implementasi strategi. Ini diperlukan karena evaluasi berfungsi sebagai tolak ukur untuk strategi yang akan digunakan kembali oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan berikutnya. Evaluasi sangat penting untuk memastikan bahwa tujuan yang ditentukan telah dicapai.²⁶

3. Faktor-Faktor Strategi

Suatu strategi harus efektif dan jelas karena mengarahkan organisasi ke tujuannya. Oleh karena itu, saat menetapkan strategi, harus diperhatikan beberapa faktor sebagai berikut :

a. Lingkungan

Lingkungan tidak pernah stabil dan selalu berubah, dan perubahan ini berdampak besar pada semua aspek kehidupan manusia. secara keseluruhan, bukan hanya cara kita berpikir, tetapi juga cara kita bertindak, memenuhi kebutuhan kita, dan memiliki perspektif hidup.

²⁶ Susyani, 'Strategi Pelaksanaan Penyuluh Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak Dan Keluarga Berencana (P3AKB) Dalam Mewujudkan Program Kb Di Desa Sumber Rejo Kecamatan Bangkunt Kabupaten Pesisir Barat', *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022), p. h.26-27.

b. Lingkungan Organisasi

Lingkungan organisasi meliputi semua sumber daya dan kebijakan organisasi.

c. Kepemimpinan

Orang yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan adalah pemimpin. Oleh karena itu, pemimpin menilai perkembangan yang terjadi dalam berbagai lingkungan, baik internal maupun eksternal.

Untuk mencapai pelaksanaan yang dimaksud, strategi harus disusun, dikonsentrasikan, dan dipikirkan dengan baik. Oleh karena itu, untuk mencapai strategi yang tepat, Anda harus memperhatikan hal-hal yaitu : kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknees*), peluang (*opportunity*), tantangan (*threats*).²⁷

4. Pengertian Manajemen

Istilah manajemen berasal dari kata *to manage* artinya mengelola, dalam bahasa Indonesia yaitu mengendalikan, mengurus, mengelola atau mengontrol. Dalam KBBI, manajemen diartikan sebagai penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan, Stephen P. Robbins memahami bahwa manajemen adalah suatu proses pengkoordinasian dan

²⁷ Siti Masitoh, 'Strategi Rekrutmen Pegawai Pada Bank Negara Indonesia Syariah Pusat', *Skripsi* (Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2017).h.14-15

pengintegrasian aktivitas kerja agar terlaksana secara efektif dan efisien dengan dan melalui orang lain.²⁸

5. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang mendasar dan menyeluruh, disertai dengan keputusan tentang bagaimana melaksanakan keputusan tersebut. Dipimpin dan dilaksanakan oleh seluruh tingkatan dalam organisasi untuk mencapai tujuan.²⁹ Manajemen strategis hendaknya tidak dipahami sebagai suatu tugas, melainkan sebagai suatu disiplin. Oleh karena itu, manajemen strategis bukanlah tugas sekelompok orang dalam suatu organisasi, melainkan suatu cara berpikir yang harus dimiliki oleh setiap karyawan dalam organisasi.³⁰

6. Tujuan Manajemen Strategi

Ada empat tujuan manajemen strategi sebagai berikut :

- a. Memberikan arah pencapaian objek organisasi atau perusahaan, dalam bagian ini, manajer strategi harus mampu memperlihatkan kepada semua pihak.

Dibawah kemana organisasi atau perusahaan. karena

²⁸ Muhammad Syarofi, 'Implementasi Manajemen Risiko Pada Lembaga Keuangan Non-Bank Syariah (Studi Analisis Unit Simpan Pinjam Pola Syariah Ausath Banyuwangi)', *RIBHUNA: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1.1 (2022), 1-13 (h.4).

²⁹ Risalatun Nisa Nur Jamaludin, Meilina Silvi Imanika, Putri Ribcha Azzahra, 'Manajemen Strategik', *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2.3 (2023), (h.2).

³⁰ Amberansyah Suhaimi, 'Pelatihan Penerapan Manajemen Strategi Sekolah Unggul Bagi Guru SDN Kecamatan Banjarmasin Utara', *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4.5 (2022), 5985-5997 (h.3).

arah jelas dijadikan landasan pengendalian dan mengevaluasi keberhasilan.

b. Membantu mempertimbangkan berbagai pihak. Perusahaan atau organisasi harus menimbun keperluan berbagai sudut, pemasok, karyawan, orang besar saham, sudut perbankan, dan sipil ukuran lainnya yang mempunyai pertolongan terhadap jadi atau gagalnya perusahaan.

c. Mengantisipasi setiap deformasi pulang secara merata. Manajemen strategi memungkinkan penata laksana terminasi menjelang menduga deformasi dan menjadwalkan tuntunan dan resolusi, sehingga bisa memperluas rumusan waktu/bergiat bergerak secara perpektif dan pemahaman kontribusi yang bagus untuk hari ini dan esok.

d. Berhubungan efisiensi dan efektivitas.

Tanggung jawab seorang penguasa bukan semata-mata mengkonsentrasikan terhadap kemampuan dengan kepentingan efisiensi, akan tetapi hendaknya juga menyimpan ketertarikan yang serius agar hidup agresif melakukan harta secara lebih baik dan efektif.³¹

³¹ H.Sofyan Hadi, 'Model Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer', *Model Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer*, 17 No. 2.1 (2019), 79-90 (h.82).

7. Manfaat Manajemen Strategi

Dalam menggunakan manajemen strategi, sebuah organisasi dapat menjadi lebih produktif dan tidak reaktif dalam membangun masa depan. Sebaliknya, sebuah organisasi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi berbagai tindakan, memberikan kemampuan untuk mengontrol dirinya sendiri. Selama bertahun-tahun, manajemen strategi telah terbukti dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi yang lebih baik melalui penerapan pendekatan strategi yang lebih baik dengan cara yang sistematis, logis, dan rasional. Meskipun perusahaan besar sering menggunakan manajemen strategi untuk membuat keputusan, itu tidak menjamin keberhasilan organisasi jika tidak digunakan secara serius. Laju perusahaan sangat dipengaruhi oleh seberapa serius manajemen strateginya.³²

B. Mahasiswa

Pengertian mahasiswa menurut peraturan pemerintah RI NO.30 tahun 1990, mahasiswa adalah siswa yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Selain itu ada beberapa pengertian mahasiswa menurut para ahli yaitu :

1. Menurut Sarwono, mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar di perguruan tinggi dan berusia antara 18 dan 30 tahun. Mahasiswa adalah kelompok

³² Imam Mahfud, 'Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia', *MADANI SYARIAH*, 3 (2020), 15-27 (h.17).

masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatannya dengan perguruan tinggi. Selain itu, mahasiswa adalah calon intelektual muda atau cendekiawan dalam masyarakat yang seringkali memiliki banyak predikat.

2. Menurut Knopfemacher, mahasiswa adalah insan-insan calon sarjana yang dididik dan diharapkan menjadi calon intelektual selama keterlibatannya dengan perguruan tinggi, yang membuat mereka semakin menyatu dengan masyarakat.³³

C. Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi operasional bisnis, seperti peraturan pemerintah, persaingan dan perubahan pasar. Lingkungan operasional yang baik dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis, sedangkan lingkungan operasional yang buruk dapat menghambat pertumbuhan bisnis. Lingkungan bisnis yang tidak terbatas oleh batas negara (dunia tanpa batas) dan pergeseran dari *hard technology* ke *smart technology* adalah beberapa perubahan penting yang berdampak pada kebijakan yang dibuat oleh manajemen perusahaan.³⁴

Lingkungan bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap organisasi perusahaan. Lingkungan memiliki

³³ Dr.Tamsil Muis Dyah Fajar Ebtanastiti, 'Survei Pilihan Karir Mahasiswa Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Surabaya', *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 4.3 (2014), 1-10 (h.5).

³⁴ Dedi Kusmayadi, 'Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan : Sebuah Tinjauan Teoritis Dan Empiris', *Jurnal Akuntansi FE Unsil*, 3.2 (2008), 430-436 (h.430).

dampak besar terhadap perencanaan strategi bisnis. Menurut Glueck dan Jauch dalam penelitian Wispandono mengemukakan bahwa lingkungan bisnis mencakup faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat menciptakan peluang atau tantangan bagi perusahaan. Analisis diartikan sebagai menelusuri peluang atau tantangan hingga ke akar-akarnya. Analisis lingkungan didefinisikan sebagai proses yang digunakan oleh perencana strategis untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau tantangan bagi perusahaan.

Berdasarkan dimensi-dimensi sebagai indikator lingkungan bisnis meliputi :

1. Lingkungan Ekonomi
Lingkungan ekonomi mengacu pada kondisi sistem ekonomi di mana suatu perusahaan tertentu beroperasi. Istilah keuangan mencerminkan operasi bisnis yang sebenarnya. Ketika pertumbuhan ekonomi mengalami percepatan maka konsumsi dan permintaan cenderung meningkat, sebaliknya perlambatan pertumbuhan ekonomi menyebabkan penurunan konsumsi dan permintaan.
2. Lingkungan Teknologi
Definisi teknologi mengacu pada semua metode yang digunakan perusahaan menciptakan nilai bagi konstituennya, termasuk pengetahuan manusia, metode kerja, peralatan fisik, elektronik, dan komunikasi.

3. Lingkungan Hukum Dan Politik
Lingkungan ini mencerminkan hubungan antara dunia usaha dan negara dalam bentuk peraturan pemerintah. Sistem hukum juga menentukan apa yang dapat dan tidak dapat dilakukan oleh suatu organisasi.
4. Lingkungan Sosial Budaya
Lingkungan sosial mencakup kebiasaan, adat istiadat, nilai-nilai, dan karakteristik demografi masyarakat tempat organisasi beroperasi. Proses sosiokultural menentukan barang dan jasa yang berharga serta standar perilaku bisnis dan diterima oleh masyarakat.³⁵

D. Analisis *SWOT*

Analisis *SWOT* adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan suatu proyek atau spekulasi bisnis. Keempat faktor ini membentuk akronim *SWOT*, yang merupakan singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, and *Threats*. *SWOT* adalah singkatan dari lingkungan internal (Kekuatan dan Kelemahan) serta lingkungan eksternal (Peluang dan Tantangan) yang dihadapi perusahaan.³⁶ Analisis *SWOT*, seperti yang dibahas sebelumnya, adalah alat yang efektif untuk melakukan

³⁵ Candra Dwi Hardiana and Ikhlas Ridho'i, 'Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Strategi Operasional Terhadap Kinerja Operasional Pada Outlet Fast Food Di Kabupaten Bekasi', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.1 (2022), 1-14 (h4-5).

³⁶ Rusdarti Sunaryo, 'Analisis *SWOT* Untuk Menetapkan Strategi Bersaing Pada PT. Tarindo', *Economics Development Analysis Journal*, 6.1 (2017), 86-94 (h.88).

analisis strategi. Keunggulan ini berasal dari kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peran faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang. Ini juga berfungsi sebagai alat untuk mengurangi kelemahan dalam organisasi dan menekan dampak tantangan yang muncul.³⁷

Secara khusus, analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang ada di sekitarnya. Ada penentu tujuan khusus dan identifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan membantu mencapai tujuan tersebut dalam proses ini. Perencanaan strategis adalah proses yang dilakukan oleh organisasi atau individu untuk menentukan strategi atau arahan serta pengambilan keputusan tentang alokasi sumber daya manusia.³⁸

Faktor internal dan eksternal meliputi :

1. Faktor Internal (Dalam)
 - a. *Strength* (Kekuatan)

Sumber daya disini mempunyai kekuatan dalam pengetahuan, sikap dan keterampilan serta mempunyai rasa percaya diri, tanggung jawab, disiplin, integritas dan tekad yang tinggi serta mempunyai keunggulan

³⁷ Abdul Muis prasetya Rudy, 'Swot Analysis and Tows Matrix E-Government on Tana Tidung City of Kalimantan Utara', *Elinvo: Jurnal (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 3.1 (2018), 46-51 (h.49).

³⁸ Rifdawati, 'Studi Kelayakan Kerja Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Palangka Raya Dalam Memasuki Dunia Kerja', *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2016), p. (.36).

dibandingkan sumber daya lainnya serta dapat memanfaatkan kelebihanya. Kemungkinan dalam dunia kerja terdapat kelebihan yang menunjang ego seseorang. Faktor berupa kekuatan yang berarti kekuatan perusahaan, termasuk unit usaha, misalnya. Dalam suatu organisasi yang mempunyai implikasi bagi pemegang keunggulan komparatif di setiap bagian bisnis pasar. Dikatakan bahwa karena suatu perusahaan memiliki sumber daya, kapabilitas, produk yang dapat diandalkan, dan lain-lain, hal ini membuatnya lebih kuat dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pasar yang telah dan ingin dilayani oleh perusahaan tersebut. Bidang kompetensi misalnya kekuatan sumber daya keuangan, reputasi positif, posisi pasar yang lebih baik, hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan pihak yang berkepentingan.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Mengetahui kelemahan sumber daya manusia dan dapat mengasah kelemahan tersebut, serta dapat menggunakan kelemahan tersebut sebagai motivasi untuk belajar lebih banyak dan memperbaiki kelemahan tersebut dengan memperluas pengetahuan dan keterampilan. Faktor-faktor yang melemahkan Jika seseorang mengatakan bahwa ada kelemahan dalam suatu organisasi, mereka mengatakan bahwa ada keterbatasan

atau kekurangan sumber daya, keterampilan, atau kemampuan yang menghalangi kinerja perusahaan yang memuaskan. Dalam dunia nyata, hal-hal seperti kekurangan sarana dan prasarana, kemampuan manajemen yang rendah, dan keterampilan pemasaran yang tidak cukup. Selain itu, penting untuk mengingat bahwa berbagai faktor kekuatan dan kelemahan (*SWOT*) yang signifikan sangat penting dalam membatasi upaya untuk menemukan berbagai alternatif dan pilihan strategis. Dengan kata lain, kompetensi dan kelemahan khusus yang dimiliki seseorang dapat dinilai dan dikaitkan dengan berbagai faktor yang menentukan keberhasilan organisasi.

2. Faktor Eksternal (Luar)

a. *Opportunity* (Peluang)

Sumber daya manusia memiliki peluang yang lebih besar dari yang lain jika mereka menggunakan kekuatan yang ada pada diri mereka dan mengasahnya agar peluang tersebut dapat menguntungkan diri mereka sendiri. Peluang-peluang ini akan memotivasi sumber daya manusia untuk berpikir positif dan optimis, dan ini diharapkan dapat membantu sumber daya manusia menggali potensi terbaiknya. Definisi sederhana tentang peluang adalah berbeda situasi lingkungan yang menguntungkan bagi badan usaha. Apa arti dari situasi yang berbeda-beda ini:

- 1) Tren signifikan yang muncul di kalangan pengguna produk.
- 2) Identifikasi segmen pasar yang terabaikan.
- 3) Perubahan kondisi persaingan.
- 4) Perubahan peraturan perundang-undangan yang terbuka berbagai peluang baru dalam bisnis.
- 5) Hubungan yang harmonis dengan pemasok.
- 6) Hubungan dengan pembeli yang dikenal.

b. *Thereats* (Tantangan)

Selain peluang-peluang tersebut, sumber daya juga mempunyai tantangan yang dapat merugikan, seperti terbatasnya jaringan dan peluang serta pengetahuan yang belum disempurnakan lebih lanjut. Bersama tantangan atau pembatasan ini tidak menghalangi sumber daya manusia terus berkarya dan mengembangkan dirinya.

Faktor tantangan yang dimaksud dengan tantangan justru sebaliknya kemungkinan peluang. Dengan demikian, dapat dikatakan tantangan merupakan faktor lingkungan yang tidak memberikan manfaat bagi badan usaha. Jika tantangan tersebut tidak diatasi, maka tantangan tersebut akan menjadi hambatan untuk unit bisnis terkait saat ini dan di masa depan. Berbagai contohnya sebagai berikut :

- 1) Masuknya pesaing baru ke dalam pasar yang telah dilayani oleh unit usaha tersebut.
- 2) Pertumbuhan pasar yang lambat.

- 3) Peningkatan posisi tawar pemasok bahan baku atau bahan baku yang dibutuhkan untuk diolah lebih lanjut menjadi produk tertentu.
- 4) Perkembangan dan perubahan teknis belum dikelola.
- 5) Perubahan peraturan undang-undang sifatnya restriktif.

Penting bagi para ahli strategi suatu organisasi untuk menyadarinya bahwa tantangan terhadap unit organisasi dapat menjadi peluang organisasi lain yang terlibat dalam kegiatan serupa.³⁹

Menerapkan strategi dan pilihan Mahasiswa untuk menjadi karyawan perbankan syariah dapat melibatkan serangkaian langkah yang tertata dengan baik. Berikut beberapa strategi penerapan dan pilihan :

a. Strategi Penerapan :

1. Pendidikan dan profesi, pilih jurusan yang sesuai, seperti ekonomi, keuangan, manajemen atau akuntansi. Pertimbangkan melanjutkan pendidikan tingkat yang lebih tinggi, seperti program master atau sertifikat di bidang keuangan.
2. Pengembangan keterampilan, meningkatkan keterampilan berpikir analitis dan kritis anda

³⁹ Wilmar okto Wardana, 'Analisis Swot Kebutuhan Karyawan Perbankan Syariah Dari Sarjana Ekonomi Syariah Iain Palangka Raya', *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2017).

melalui kursus yang berkaitan dengan perbankan, ekonomi atau analisis keuangan. Ikuti pelatihan tambahan untuk meningkatkan keterampilan teknis seperti perangkat lunak keuangan dan analisis data.

3. Pengalaman kerja dan praktek, program praktek atau kesempatan magang di lembaga keuangan untuk mendapatkan pengalaman kerja praktis. Mengikuti program pekerjaan penuh waktu di bank syariah atau lembaga keuangan syariah.

4. *Networking*, membangun jaringan dengan *profesional* di bidang tersebut dengan menghadiri seminar, konferensi, dan acara industri perbankan. Manfaatkan peluang untuk bergabung dengan asosiasi bisnis atau kelompok mahasiswa yang berkaitan dengan perbankan.

b. Pilihan Mahasiswa :

1. Berpartisipasi dalam Proyek atau Kompetisi Mahasiswa dapat meningkatkan profil dengan mengikuti proyek atau kompetisi akademik yang berkaitan dengan perbankan. Kemampuan untuk bekerja sama dan mengelola orang lain dapat ditunjukkan dengan menjadi pengelola proyek atau anggota tim.

2. Pelatihan Keterampilan *Soft* melalui program pengembangan diri yang diakui, fokus pada pengembangan keterampilan komunikasi, keterampilan interpersonal, dan keterampilan kepemimpinan. Dalam industri perbankan, kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dan bekerja sama dalam tim sangat penting.

E. Perbankan

Bank merupakan lembaga perantara keuangan atau biasa disebut dengan lembaga keuangan perantara. Artinya lembaga perbankan adalah lembaga yang kegiatannya berkaitan dengan masalah moneter. Oleh karena itu, perbankan selalu mempunyai permasalahannya sendiri mata uang adalah sarana utama untuk memfasilitasi perdagangan. Kegiatan dan perbankan selalu tentang komoditas, termasuk :

1. Transfer dana
2. Penerimaan dan Pelunasan Dana Rekening Giro
3. Diskonto wesel, pesanan dan surat berharga lainnya
4. Jual beli surat berharga
5. Jual beli cek, wesel, dan surat berharga
6. Memberikan garansi bank.⁴⁰

Berdasarkan sistem operasionalnya, jenis bank dapat dibedakan atas bank konvensional dan bank syariah yaitu :

1. Bank Konvensional

⁴⁰ Setia Budhi Wilarjo, 'Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia', *Jurnal Unimus*, 2.1 (2005), 1-10 (h.1-2).

Menurut kasmir, Bank konvensional merupakan bank yang paling banyak beredar di Indonesia. Bank konvensional memiliki kegiatan pemberian jasa yang paling lengkap dan dapat beroperasi di seluruh wilayah Indonesia.⁴¹ Menurut Usanti dan Somad, bank konvensional adalah bank yang beroperasi secara konvensional dan terdiri dari bank umum konvensional dan bank perkreditan rakyat. Bank umum konvensional memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan bank perkreditan rakyat tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Menurut Wafa, mengatakan bahwa bank konvensional adalah jenis lembaga keuangan yang melakukan hal-hal seperti mengumpulkan dana dari masyarakat, mengumpulkan dana dari masyarakat, memberikan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan memperlancar transaksi perdagangan dengan menggunakan sistem perhitungan bunga (*interest forgone*). Bank konvensional menggunakan sistem perhitungan bunga kredit atau pinjaman yang dikenal sebagai *invest note*. Bunga adalah imbalan balas jasa yang diberikan oleh nasabah kepada bank sebagai penyimpan dan penyalur dana karena mereka membeli atau menjual barang. Dengan kata lain, bunga bank adalah harga yang

⁴¹ Rika Neldawaty, 'Perbandingan Kinerja Bank Syariah Dan Bank Konvensional', *Journal Development*, 6.1 (2018), 61-69 (h.63).

harus dibayar oleh nasabah kepada bank sebagai peminjam atau debitan.

Perlu diketahui bahwa beberapa faktor, termasuk likuiditas ekonomi, ekspektasi, inflasi, besarnya suku bunga dalam negeri, dan perkiraan perubahan nilai tukar dan premi atas resiko, dapat memengaruhi suku bunga yang tinggi atau rendah.⁴²

2. Bank Syariah

Bank syariah adalah institusi keuangan yang seluruh aturan dan transaksinya mengikuti prinsip syariah. Artinya sangat dalam Kegiatan perbankan syariah sebagian besar diatur oleh prinsip-prinsip syariah – adalah produk yang bertentangan dengan syariah.⁴³

Menurut Noor, mengatakan bahwa bank syariah adalah lembaga intermediasi dan penyedia layanan keuangan yang berdasarkan etika Islam, seperti tidak memberikan bunga (riba), tidak melakukan spekulasi (maysir), dan tidak memberikan hal-hal yang meragukan (gharar).⁴⁴

⁴² Zulfahmi, 'Eksistensi Qanun Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Konversi Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5.01 (2021), 49-63 (h.56).

⁴³ Mohamad Ainun Najib, 'Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah', *Jurnal Jurisprudence*, 7.1 (2017), 15-28 (h.17).

⁴⁴ Erwin Saputra Siregar and Fitri Ana Siregar, 'Menakar Potensi Bank Syariah Di Indonesia Pada Masa Covid-19', *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 8.2 (2020), 177-188 (h.178).

F. Rekrutmen

1. Pengertian Rekrutmen

Rekrutmen adalah proses menarik dan mencari karyawan potensial mengajukan permohonan untuk menjadi karyawan. Rekrutmen dimulai saat pelamar disaring dan diakhiri apabila permohonan diajukan kepada lembaga atau perusahaan yang memproduksinya berupa daftar calon pekerja yang kemudian diseleksi. Menurut para ahli, rekrutmen merupakan serangkaian kegiatan mencari dan menarik pencari kerja berdasarkan motivasi, keterampilan, kemampuan dan informasi yang diperlukan untuk menutupi kesenjangan yang diidentifikasi di bagian ini perencanaan kepegawaian.

2. Tujuan Rekrutmen

Setiap perusahaan yang melakukan rekrutmen pada dasarnya berusaha untuk mendapatkan calon tenaga kerja yang cocok dengan posisi yang ditempatkan dan memiliki kualifikasi yang diperlukan. Tujuan rekrutmen adalah untuk menyediakan karyawan yang cukup sehingga manajer dapat memilih karyawan yang memenuhi kualifikasi yang diperlukan. Karena itu, diharapkan bahwa karyawan akan dapat menyelesaikan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada mereka dengan cara yang paling efisien mungkin untuk mencapai tujuan.

Mendapatkan karyawan yang berkualitas serta berkomitmen tinggi, diperlukan program rekrutmen yang

dirancang dengan baik, yang mencakup komponen sebagai berikut :

- a. Program rekrutmen memikat banyak kandidat yang memenuhi syarat.
- b. Program rekrutmen tetap mengikuti standar seleksi program rekrutmen berlangsung berkesinambungan.
- c. Program rekrutmen itu inovatif, kreatif, dan imajinatif.

Dalam praktiknya proses rekrutmen memiliki beberapa tujuan tambahan yang ingin dicapai, yaitu:

- a. Mendapatkan sumber tenaga kerja yang potensial.
- b. Mendapatkan sejumlah pelamar yang memenuhi syarat.
- c. Menentukan standar minimum untuk calon pelamar memenuhi persyaratan seleksi.⁴⁵

3. Proses Rekrutmen

Proses rekrutmen karyawan dilakukan secara sistematis untuk mencakup setiap tahapan di setiap jalur. Proses rekrutmen terdiri dari dua tahap yaitu :

a. Penyusunan Strategi Rekrutmen

Dalam tahap ini, departemen sumber daya manusia bertanggung jawab untuk menentukan persyaratan untuk posisi tersebut, serta metode yang akan digunakan untuk merekrut dan kapan.

⁴⁵ Esa Kurnia Cupian, Muhammad Zaky, Kadar Nurjaman, 'Analisis Pelaksanaan Rekrutmen, Seleksi Dan Penempatan Berdasarkan Perspektif Islamic Human Capital', *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1.1 (2020), 50-63 (h.54).

b. Pencarian Pelamar Kerja

Setelah rencana dan strategi perekrutan telah disusun, sumber daya perekrutan yang tersedia akan digunakan untuk proses perekrutan. dalam hal memberikan informasi tentang lowongan kerja, upaya lembaga untuk bekerja sama dengan sumber eksternal seperti institusi pendidikan atau lembaga lainnya adalah faktor yang memengaruhi banyak pelamar.

c. Penyisihan Pelamar Yang Tidak Memenuhi Syarat

Penyaringan akan dilakukan setelah lamaran diterima untuk menyingkirkan pelamar yang tidak memenuhi syarat, pihak penyaring harus sangat hati-hati selama proses ini.

d. Pengumpulan Para Pelamar

Kelompok pelamar atau pool pelamar terdiri dari kandidat yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh manajemen lembaga dan layak untuk posisi yang dibutuhkan.⁴⁶

⁴⁶ Nenden novia Kristin, 'Strategi Rekrutmen Pengasuh Di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Putri Aisyah Kecamatan Summersari Kabupaten Jember', *Skripsi* (Universitas Islam Negeri KH.Achad Siddiq Jember, 2022).

G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada dasarnya adalah suatu arahan dapat memberikan suatu gambaran yang utuh yang menjadi suatu fokus sebuah penelitian. Adapun penelitian membahas tentang analisis strategi mahasiswa prodi perbankan syariah menjadi karyawan perbankan.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

