

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Definisi Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani "*strategia*," yang terdiri dari "*stratos*" dan "*ag*" yang berarti memimpin, dan merujuk pada seni atau ilmu kepemimpinan. Menurut Buchari Alma, strategi adalah rencana komprehensif yang menghubungkan kekuatan internal suatu organisasi dengan peluang dan ancaman eksternal. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mencapai sasaran organisasi dalam bersaing dengan lembaga-lembaga lain, serta dirancang untuk memastikan bahwa prose pelaksanaan rencana berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Dari penjelasan ini, dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu¹.

Strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang, melibatkan tindakan potensial yang memerlukan keputusan dari manajemen tingkat tinggi serta penggunaan sumber daya perusahaan dalam jumlah

¹ Tri Kurniati, 'Analisis Strategi Berkelanjutan KSPPS BMT BEN Sejahtera Kroya Di Tengah Persaingan Bisnis Pada Era Digital' (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023). Hal.7-8

signifikan². Strategi merupakan serangkaian langkah yang perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuannya. Terkadang, jalan yang harus ditempuh penuh tantangan dan tidak selalu lurus, meskipun ada juga langkah-langkah yang relatif mudah dilaksanakan. Selain itu, perusahaan sering kali menghadapi berbagai rintangan atau hambatan dalam proses mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan dengan cermat dan terfokus³.

2. Jenis-Jenis Strategi

Menurut Rangkuti, strategi dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

a. Strategi Investasi

Strategi investasi fokus pada kegiatan yang berhubungan dengan investasi. Contohnya, perusahaan dapat memilih strategi pertumbuhan agresif, penetrasi pasar, revitalisasi, atau strategi bertahan.

b. Strategi Bisnis

Strategi bisnis berfokus pada fungsi-fungsi dalam kegiatan manajemen. Ini mencakup strategi produksi atau operasional, pemasaran, organisasi, distribusi, dan strategi keuangan.

² Zanha Yusepa, 'Analisis SWOT Pada Strategi *Payment* Dan *Profitability* Dalam Menyelesaikan Pembiayaan Mikro Bermasalah Pada PT. BPRS Safir Bengkulu' (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Bengkulu, 2018). Hal. 40

³ Kasmir, *Kewirausahaan-Edisi Revisi*, Cetakan 8 (PT. RajaGrafindo Persada, 2016). Hal. 186-187

c. Strategi Manajemen

Strategi manajemen mencakup tindakan yang diambil oleh manajemen berdasarkan pengembangan dan strategi yang lebih besar. Ini termasuk strategi akuisisi, penetapan harga, strategi keuangan, dan pengembangan pasar.

3. Manajemen Strategi

Manajemen Strategi adalah seperangkat keputusan, perumusan seni dan ilmu, menerapkan dan mengevaluasi keputusan yang fungsional yang memungkinkan operasional untuk mencapai tujuannya⁴. Definisi tersebut menunjukkan bahwa manajemen strategis menitikberatkan pada penggabungan berbagai fungsi, seperti manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi, operasi, penelitian dan pengembangan (R&D), serta sistem informasi, untuk mencapai keberhasilan organisasi. Beberapa tahapan atau proses manajemen strategi, yaitu :

a. Analisis Lingkungan

Pada tahap ini, organisasi melakukan penilaian terhadap berbagai faktor eksternal dan internal yang dapat memengaruhi kinerjanya. Langkah ini melibatkan pengkajian pasar, analisis pesaing, serta kondisi ekonomi yang sedang berlangsung. Salah satu alat yang sering digunakan dalam proses ini adalah analisis SWOT

⁴ Ervina Maulida and others, *Manajemen Strategik* (Media Sains Indonesia, 2021). Hal. 1.

(*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yang membantu organisasi mengenali kekuatan dan kelemahan internalnya, sekaligus mengidentifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal⁵.

b. Formulasi Tujuan

Setelah memahami lingkungan, organisasi perlu menetapkan tujuan yang jelas, spesifik, dan terukur. Tujuan ini harus realistis, relevan dengan visi dan misi organisasi, serta mampu memberikan arah yang jelas untuk seluruh aktivitas yang akan dilakukan. Tujuan yang baik membantu menciptakan fokus dan memotivasi tim untuk bekerja sesuai dengan prioritas yang telah ditentukan⁶.

c. Formulasi Strategi

Pada tahap ini, organisasi merancang strategi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi ini disusun berdasarkan hasil analisis lingkungan dan bisa mencakup berbagai pendekatan, seperti inovasi produk, efisiensi biaya, atau ekspansi ke pasar baru. Langkah ini membutuhkan pertimbangan yang matang agar strategi yang diambil sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan organisasi.

⁵ Fred R. David and Forest R. David, *Strategic Management Concept and Cases*, 16th Edition (Pearson Education Limited, 2017).

⁶ Thomas L. Wheelen and others, *Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation, and Sustainability*, 14th Edition (Pearson Education Limited, 2015).

d. Formulasi Program

Setelah strategi dirumuskan, langkah berikutnya adalah menyusun program atau rencana tindakan yang lebih rinci untuk mengimplementasikan strategi tersebut. Program ini biasanya mencakup penjadwalan kegiatan, pengalokasian sumber daya, serta pembagian tanggung jawab kepada pihak-pihak terkait⁷.

e. Implementasi Strategi

Tahap implementasi adalah momen di mana strategi dan program yang telah disusun mulai dijalankan. Proses ini membutuhkan koordinasi yang baik antardepartemen dan tim, serta pengelolaan perubahan yang mungkin muncul selama pelaksanaannya. Keberhasilan tahap ini sangat bergantung pada efektivitas komunikasi dan kolaborasi di dalam organisasi.

f. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir adalah evaluasi strategi, di mana organisasi mengukur sejauh mana strategi yang telah diterapkan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses evaluasi mencakup penilaian kinerja dan analisis relevansi strategi dengan kondisi lingkungan yang terus berubah. Jika diperlukan, strategi dapat disesuaikan atau diubah untuk memastikan keberlanjutan

⁷ John Bryson and Bert George, 'Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement, 6th Edition', 6th Edition, 2024, pp. 2–36.

dan efektivitas organisasi dalam menghadapi tantangan baru⁸.

Tabel 2. 1 Tahapan Manajemen Strategi⁹



Sumber: Kevin Lane Keller & Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas

B. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Metode ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang terkait dengan suatu proyek atau spekulasi bisnis.

Analisis SWOT berlandaskan pada asumsi bahwa strategi yang efektif berasal dari kesesuaian yang baik antara sumber daya internal perusahaan dan kondisi

⁸ Robert S. Kaplan and David P. Norton, *The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in The New Business Environment* (Harvard Business School Publishing Corporation, 2001).

⁹ Kevin Lane Keller & Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, ed. by Maulana Adi & Wibi Hardani (Erlangga, 2009). Hal.51

eksternalnya. Jika asumsi ini diterapkan dengan tepat, maka dapat menghasilkan desain strategi yang sukses dan memberikan dampak positif¹⁰.

Berikut penjelasan keempat komponen dasar dalam analisis SWOT yaitu:

a. Kekuatan

Merupakan analisis terhadap unsur kelebihan apa saja yang dimiliki perusahaan yang lebih menekankan keunggulan perusahaan.

b. Kelemahan

Merupakan analisis terhadap unsur kekurangan yang dimiliki perusahaan dengan melakukan perbandingan dengan pesaing dan testimoni konsumen.

c. Peluang

Merupakan apa saja yang memungkinkan bisnis mampu bertahan dan diterima di masyarakat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

d. Ancaman

Merupakan analisis unsur yang menentukan apakah bisnis dapat bertahan atau tidak dari berbagai situasi di masa depan.¹¹

¹⁰ Siti Rokibah, 'Analisis SWOT Perbankan Syariah Menghadapi Perkembangan *Financial Technology* (FINTECH) (Studi Kasus Di PT. Bank BSI Kantor Cabang Mataram Pejangik 1)' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2021). Hal.18

¹¹ Muslim Marpaung, I. H.(2022). Analisis SWOT Pada Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. JIEI, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam , 252-255.

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) adalah metode untuk mempelajari lingkungan pemasaran, baik dari faktor internal maupun eksternal¹². Analisis lingkungan eksternal perusahaan bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah peluang dan ancaman yang berada di lingkungan eksternal, lingkungan perusahaan dan sejumlah kekuatan dan kelemahan yang berada di lingkungan internal perusahaan¹³.

Berdasarkan penjelasan di atas, analisis SWOT adalah metode yang efektif untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi.

2. Matriks SWOT

Matriks SWOT sangat berguna bagi manajer dalam merumuskan empat jenis strategi: strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weaknesses-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*weaknesses-threats*). Penyusunannya memerlukan pemikiran dan pertimbangan yang matang untuk mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal yang telah diidentifikasi, karena hal ini merupakan bagian

¹² Kevin Lane Keller & Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, ed. by Maulana Adi & Wibi Hardani (Erlangga, 2009). Hal. 51

¹³ Hajjatul Aini, Nurul Hak, and Yenti Sumarni, 'Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Di Era Society 5 . 0 (Studi Kasus PT Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu S Parman)', 8.2 (2024), pp. 1344–53, doi:10.33087/ekonomis.v8i2.1786..

penting dalam pembuatan matriks SWOT.

Untuk menentukan strategi yang tepat dalam analisis SWOT, digunakan istilah matriks SWOT, yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat dihubungkan dengan kekuatan dan kelemahan yang ada. Dari matriks ini, akan muncul empat alternatif strategi. Terdapat dua pendekatan dalam matriks analisis SWOT: pendekatan kualitatif dan kuantitatif¹⁴.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif matriks SWOT. Matriks ini, seperti yang dikembangkan oleh Kearns, terdiri dari delapan kotak, di mana dua kotak teratas mewakili faktor eksternal, dua kotak di sebelah kiri mewakili faktor internal, dan empat kotak lainnya merupakan isu strategi yang dihasilkan dari analisis terhadap faktor-faktor internal dan eksternal, berfungsi sebagai titik pertemuan antara kedua jenis faktor tersebut. Berikut adalah tabel matriks SWOT yang dikembangkan oleh Kearns:

¹⁴ Badri Munir Sukoco, *Manajemen Strategi Konsep Dan Aplikasi*, ed. by Adi Maulana (Penerbit Erlangga, 2023). Hal.104

Tabel 2.2 Matriks SWOT

	<i>Opportunities (O)</i> Peluang	<i>Threats (T)</i> Ancaman
<i>Strengths (S)</i> Kekuatan	<i>Comparative Advantages</i>	<i>Mobilization</i>
<i>Weaknesses (W)</i> Kelemahan	<i>Divestment/Investment</i>	<i>Damage Control</i>

Sumber: Badri Munir Sukoco, *Manajemen Strategi Konsep Dan Aplikasi*

Setelah menghitung nilai total dari matriks IFAS dan EFAS, hasilnya digambarkan dalam diagram *cartesius* dan selanjutnya diolah menggunakan rumus kombinasi alternatif strategi SO, ST, WO, dan WT. Penggabungan strategi dalam matriks dilakukan dengan mengintegrasikan faktor internal dan eksternal.

Berikut adalah langkah-langkah dalam menyusun matriks SWOT:

- Identifikasi faktor-faktor kunci dari peluang eksternal yang ada.
- Identifikasi faktor-faktor kunci dari ancaman eksternal yang dihadapi.
- Identifikasi faktor-faktor kunci dari kekuatan internal yang dimiliki.
- Identifikasi faktor-faktor kunci dari kelemahan internal yang dimiliki.
- Cocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal,

kemudian rumuskan strategi yang tercatat pada kolom strategi SO (*Strengths-Opportunities*).

- f. Cocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal, kemudian rumuskan strategi yang tercatat pada kolom strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*).
- g. Cocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal, kemudian rumuskan strategi yang tercatat pada kolom strategi ST (*Strengths-Threats*).
- h. Cocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal, kemudian rumuskan strategi yang tercatat pada kolom strategi WT (*Weaknesses-Threats*)¹⁵.

3. **Kuadran IFAS dan EFAS**

Kuadran IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) merupakan bagian penting dalam analisis SWOT yang digunakan untuk memahami kondisi internal dan eksternal suatu organisasi. IFAS digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari dalam perusahaan, sedangkan EFAS fokus pada peluang dan ancaman yang datang dari lingkungan luar. Kedua matriks ini sangat membantu perusahaan dalam menyusun strategi yang tepat, karena memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi perusahaan berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhinya secara internal maupun eksternal. Dengan begitu, strategi yang

¹⁵ Badri Munir Sukoco, *Manajemen Strategi Konsep Dan Aplikasi*, ed. by Adi Maulana (Penerbit Erlangga, 2023). Hal.105

diambil bisa lebih terarah dan sesuai dengan kondisi nyata yang dihadapi¹⁶.

Tabel 2. 3 Tabel Penjelasan IFAS dan EFAS¹⁷

Kuadran	Deskripsi	Contoh Faktor
IFAS	Menganalisis kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.	Kekuatan: Sumber daya manusia yang terampil, teknologi yang canggih, reputasi merek yang kuat.; Kelemahan: Infrastruktur yang kurang memadai, keterbatasan dalam inovasi, masalah keuangan..
EFAS	Menganalisis peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.	Peluang: Pertumbuhan pasar baru, kemajuan teknologi, perubahan regulasi; Ancaman: Persaingan yang semakin ketat, fluktuasi ekonomi, perubahan preferensi konsumen.

Berikut cara menghitung IFAS dan EFAS dalam analisis SWOT:

- Masukan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada Tabel IFAS dan EFAS
- Berikan bobot masing-masing faktor strategis dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak

¹⁶ K. Denyk Anissa Natalya and I Wayan Eka Sudarmawan, 'Analisis Strategi Alternatif Bisnis Berdasarkan Analisa SWOT', Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis, 3.5 (2024), pp. 779–88, doi:10.22334/paris.v3i5.791.

¹⁷ Fred R. David, And Forest R. David, and Meredith E. David, Strategic Management A Competitive Advantage Approach Concepts and Cases, 17th Editi (Pearson Education Limited, 2023) <<https://dspace.ttu.edu.vn/bitstream/handle/123456789/6473/Strategic-management-concepts-and-cases-17-Textbook-compressed.pdf?sequence=1>>.

- penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total 1,00.
- c. Berikan rating pada masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi kawasan pariwisata bersangkutan.
 - d. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).
 - e. Jumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan bagi kawasan pariwisata yang bersangkutan.
 - f. Jumlah bobot pada masing-masing lingkungan internal dan eksternal harus berjumlah = 1(satu)¹⁸.

¹⁸ Roseven Rudiyanto and Fransiska Dina, 'Analisis SWOT IFAS-EFAS Untuk Strategi Pengembangan Hutan Wae Bobok Sebagai Objek Pariwisata Berkelanjutan Di Manggarai Barat', Jurnal Tourism, 4.2 (2021), pp. 67–73,
<https://www.academia.edu/82355431/Analisis_Swot_Ifas_Efas_Untuk_Strategi_Pengembangan_Hutan_Wae_Bobok_Sebagai_Objek_Pariwisata_Berkelanjutan_DI_Manggarai_Barat>.

Tabel 2. 4 Tabel Kuadran IFE (*Internal Factors Evaluation*)
dan EFE (*External Factors Evaluation*)

		IFE		
		Kuat (3.0-4.0)	Sedang (2.0-2.99)	Lemah (1.0-1.99)
EFE	Tinggi(3.0-4.0)	I	II	III
	Sedang(2.0-2.99)	IV	V	VI
	Rendah(1.0-1.99)	VII	VIII	IX

Keterangan :

	Tumbuh dan Kembangkan
	Jaga dan Pertahankan
	Jual dan Divestasi

C. Pertumbuhan Berkelanjutan

Pertumbuhan berkelanjutan adalah proses perkembangan ekonomi yang bertujuan memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Konsep ini menggabungkan aspek pertumbuhan ekonomi, kelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial, sehingga tercipta keseimbangan antara kemajuan ekonomi, keadilan sosial, dan perlindungan lingkungan¹⁹.

¹⁹ World Commission, 'Report of the World Commission on Environment and Development : Our Common Future Acronyms and Note on Terminology Chairman ' s Foreword', 1987, pp. 11, 27, 29, 43 <<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> >.

Keberlanjutan merujuk pada upaya yang dilakukan secara optimal untuk meningkatkan nilai perusahaan di masa mendatang. Sangat penting bagi perusahaan untuk memprediksi keberlanjutan usaha mereka sebagai langkah antisipatif terhadap kondisi yang mungkin tidak terduga. Di pendekatan berbasis sumber daya, keberlanjutan dapat dicapai jika perusahaan memiliki sumber daya yang unik dan sulit ditiru oleh pesaing, sehingga dapat menjaga stabilitas operasional. Untuk mempertahankan keberlanjutan usaha, perusahaan perlu memperkuat keunikan kompetensinya. Strategi usaha dan produk yang diterapkan memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan²⁰.

Pertumbuhan berkelanjutan biasanya dicapai oleh perusahaan yang memiliki berbagai keunggulan strategis, terutama saat beroperasi di industri dengan tingkat daya tarik yang tinggi. Secara sederhana, perusahaan memiliki peluang untuk berkembang berkat dukungan dari kondisi eksternal yang menguntungkan serta faktor internal yang kuat²¹

Implementasi pertumbuhan berkelanjutan memerlukan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Kebijakan yang mendorong inovasi, investasi

²⁰ Tri Kurniati, 'Analisis Strategi Berkelanjutan KSPPS BMT BEN Sejahtera Kroya Di Tengah Persaingan Bisnis Pada Era Digital' (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023). Hal.8

²¹ M.Taufiq Amir, *Manajemen Strategik: Konsep Dan Aplikasi*, Ed.1 (Rajawali Pers, 2019). Hal.132

dalam pendidikan dan pelatihan, serta pengembangan infrastruktur yang berkelanjutan sangat penting untuk mencapai tujuan ini²².

Berikut beberapa cara strategi pertumbuhan berkelanjutan yang dapat diterapkan:

1. Menyediakan beragam produk dan layanan untuk menjawab kebutuhan nasabah yang semakin beragam.
2. Mengoptimalkan teknologi informasi agar operasional lebih efisien dan nasabah dapat menikmati pengalaman yang lebih nyaman.
3. Merancang program tanggung jawab sosial (CSR) yang sesuai dengan nilai-nilai syariah untuk memperkuat citra positif perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

D. Definisi dan Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia

1. Definisi Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan suatu bank yang dalam kegiatan usahanya berdasarkan Al-Qur'an dan hadis. Sistem pada perbankan syariah pun jauh berbeda dengan perbankan konvensional, di mana pada perbankan konvensional menggunakan sistem bunga sedangkan pada perbankan syariah menggunakan sistem bagi hasil. Karena di dalam Islam bunga termasuk *riba* yang diharamkan,

²² World Bank, 'Inclusive Green Growth: The Pathway to Sustainable Development', *World Bank Publications*, 2012, p. 155 <<https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/dd958ad6-e19f-5acf-894c-1809db8ce348>>.

maka dari itu sistem pada perbankan syariah memakai prinsip bagi hasil.²³

Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, dikatakan bahwa bank syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan terhadap bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta sistem dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya dengan berdasarkan pada prinsip syariah.²⁴

2. Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia

Inisiatif pendirian bank Islam Indonesia dimulai pada tahun 1980 melalui diskusi-diskusi bertemakan bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam. Sebagai uji coba, gagasan perbankan Islam dipraktekkan dalam skala yang relatif terbatas di antaranya di Bandung (*Bait At-Tamwil Salman ITB*) dan di Jakarta (*Koperasi Ridho Gusti*)²⁵.

Pada awal masa operasinya, keberadaan bank syariah belumlah memperoleh perhatian yang optimal dalam tatanan sektor perbankan nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah, saat itu hanya di akomodir dalam salah satu ayat tentang "bank dengan

²³ HilmiHuaida, Ariqah. 2021. *Bagaimana Perkembangan Perbankan Syariah di Tahun 2021*.
<https://www.kompasiana.com/ariqoh56709/617a481ddfa97e781734af43/bagaimana-perkembangan-perbankan-syariah-di-tahun-2021>. Diakses tanggal 30 Mei 2024

²⁴ UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

²⁵ OJK, *Sejarah Perbankan Syariah*, 2017.
<https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx>. Diakses Pada 10 September 2024

sistem bagi hasil" pada UU No. 7 Tahun 1992; tanpa rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan.

Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 tersebut menjadi UU No. 10 Tahun 1998, yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (*dual banking system*), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Peluang ini disambut hangat masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh, dll.

Pengesahan beberapa produk perundangan yang memberikan kepastian hukum dan meningkatkan aktivitas pasar keuangan syariah, seperti: (i) UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah; (ii) UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (*sukuk*); dan (iii) UU No.42 tahun 2009 tentang Amandemen Ketiga UU No.8 tahun 1983 tentang PPN Barang dan Jasa.

Dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan

hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. Lahirnya UU Perbankan Syariah mendorong peningkatan jumlah BUS dari sebanyak 5 BUS menjadi 11 BUS dalam kurun waktu kurang dari dua tahun (2009-2010).

Sejak mulai dikembangkannya sistem perbankan syariah di Indonesia, dalam dua dekade pengembangan keuangan syariah nasional, sudah banyak pencapaian kemajuan, baik dari aspek lembaga dan infrastruktur penunjang, perangkat regulasi dan sistem pengawasan, maupun *awareness* dan literasi masyarakat terhadap layanan jasa keuangan syariah. Sistem keuangan syariah Indonesia menjadi salah satu sistem terbaik dan terlengkap yang diakui secara internasional. Per Juni 2015, industri perbankan syariah terdiri dari 12 Bank Umum Syariah, 22 Unit Usaha Syariah yang dimiliki oleh Bank Umum Konvensional dan 162 BPRS dengan total aset sebesar Rp. 273,494 Triliun dengan pangsa pasar 4,61%. Khusus untuk wilayah Provinsi DKI Jakarta, total aset gross, pembiayaan, dan Dana Pihak Ketiga (BUS dan UUS) masing-masing

sebesar Rp. 201,397 Triliun, Rp. 85,410 Triliun dan Rp. 110,509 Triliun.

Pada akhir tahun 2013, fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan berpindah dari Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan. Maka pengawasan dan pengaturan perbankan syariah juga beralih ke OJK. OJK selaku otoritas sektor jasa keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah yang telah tertuang dalam *Roadmap* Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 yang di *launching* pada Pasar Rakyat Syariah 2014. Roadmap ini diharapkan menjadi panduan arah pengembangan yang berisi insiatif-inisiatif strategis untuk mencapai sasaran pengembangan yang ditetapkan.²⁶

E. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

1. Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha secara "konvensional" atau berlandaskan "prinsip syariah." Namun, dalam operasinya, BPR tidak menyediakan layanan yang terkait dengan lalu lintas pembayaran. Dengan kata

²⁶ OJK, *Sejarah Perbankan Syariah*, 2017. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx>. Diakses Pada 10 September 2024

lain, ruang lingkup aktivitas BPR lebih terbatas dibandingkan dengan bank umum²⁷.

Menurut Sholahuddin dan Lukman, BPRS dapat diartikan sebagai perbankan yang sistem kerjanya sudah menerapkan sistem ekonomi syariah yang didasarkan dalam syariat Islam. BPRS didirikan untuk perbankan secara umum dan secara khusus untuk mengisi peluang terhadap kebijakan bank konvensional dalam menetapkan tingkat suku bunga dan juga berbagai paket kebijaksanaan keuangan dan moneter. Kemudian BPRS dikenal sebagai sistem yang menganut sistem ekonomi syariah berdasarkan syariat Islam. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah lembaga perbankan yang menggunakan sistem dan operasinya berdasarkan syariah Islam. Ini berarti operasi perbankan mengikuti tata carabrusaha maupun perjanjian berusaha berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul Muhammad SAW.

Berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dilatar belakangi oleh kondisi ekonomi Indonesia yang tengah mengalami restrukturisasi ekonomi. Restrukturisasi perekonomian di Indonesia itu terwujud dalam berbagai kebijakan, baik di bidang keuangan, moneter, termasuk dalam bidang perbankan. Selain itu, berdirinya BPRS

²⁷ Bachtiar Simatupang, 'Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia', *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, 6.2 (2019), pp. 136–46, doi:10.62214/jaw.v1i2.138.

dilatarbelakangi pula oleh adanya peluang bagi pengembangan Bank Islam dalam Undang-undang perbankan, yang membolehkan menggunakan prinsip bagi hasil. Kehadiran Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan umat Islam terutama masyarakat golongan ekonomi lemah. Hal ini disebabkan yang menjadi sasaran utama dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah umat Islam yang berada di pedesaan dan tingkat kecamatan. Masyarakat yang berada di kawasan tersebut pada umumnya termasuk pada masyarakat golongan ekonomi lemah. Kehadiran Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) bisa menjadi sumber permodalan bagi pengembangan usaha-usaha masyarakat golongan ekonomi lemah, sehingga pada gilirannya bisa meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan dalam aktivitasnya, Bank Perkreditan Rakyat Syariah akan dihadapkan dengan berbagai permasalahan seputar fungsi dasar perbankan. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi pihak-pihak yang memerlukan pendanaan²⁸.

²⁸ Septi Dwi Anggraini, 'Perkembangan Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bank Perkreditan Rakyat Syariah Maslahat Dana Syariah Nusantara Pasca Peralihan Kepemilikan Ditinjau Dari Kinerja Sumber Daya Manusia' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022). Hal. 24-25

2. Dasar Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di negara Republik Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, diantaranya, Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-undang No. 10 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1998 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama²⁹.

Selain itu, pengakuan secara yuridis empiris dapat dilihat perbankan syariah tumbuh dan berkembang pada umumnya di seluruh Ibukota Provinsi dan Kabupaten di Indonesia, bahkan beberapa bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya membuka unit usaha syariah (bank syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, dan semacamnya). Pengakuan secara yuridis dimaksud, memberi peluang tumbuh dan berkembang secara luas kegiatan usaha perbankan syariah, termasuk memberi kesempatan kepada bank umum (konvensional) untuk

²⁹ M. Syafi'i Antonio, *Perbankan Syariah: Teori Dan Praktik* (Gema Insani Press, 2015). Hal.29

membuka kantor cabang yang khusus melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

