

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) adalah salah satu bentuk institusi keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. memiliki fungsi hampir sama seperti bank pada umumnya, namun dengan cakupan kegiatan yang lebih terbatas. BPRS hadir untuk memberikan layanan keuangan kepada masyarakat, khususnya masyarakat kecil dan pelaku usaha mikro, dengan menggunakan prinsip-prinsip Islam dalam setiap kegiatannya.

Dalam operasionalnya, BPRS tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), karena dalam Islam *riba* dilarang. Selain itu, BPRS juga menghindari adanya unsur ketidakjelasan (*gharar*) dan spekulasi (*maisir*) dalam setiap transaksi. Sebagai gantinya, BPRS menggunakan sistem yang lebih adil, seperti prinsip syariah. Tujuan dari penerapan prinsip ini adalah untuk menciptakan keadilan dalam transaksi, memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, serta mendorong pemerataan ekonomi di masyarakat. Menurut Veithzal Rivai, BPRS adalah bertugas membantu usaha mikro kecil dan menengah

dengan tetap mengedepankan prinsip keadilan, jujur, dan bagi hasil.¹³

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7 Tahun 2024 mengatur tentang: 1. Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan ini diatur tentang sejumlah hal yang menjadi amanat dari UU P2SK beserta perubahan arahan kebijakan kelembagaan BPR dan BPR Syariah. Dalam POJK ini memuat pengaturan antara lain mengenai perubahan nomenklatur serta definisi Bank Perekonomian Rakyat (BPR) dan Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPR Syariah), pendirian BPR dan BPR Syariah, bentuk badan hukum, modal disetor pendirian, perizinan pendirian BPR dan BPR Syariah, kepemilikan dan perubahan modal, Direksi, Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah, dan Pejabat Eksekutif, kantor BPR dan BPR Syariah, perubahan nama dan bentuk badan hukum, penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan, konsolidasi BPR dan BPR Syariah, sinergi BPR dan BPR Syariah, dan pencabutan izin usaha atas permintaan pemegang saham 2. Perubahan nomenklatur dan definisi Bank Perkreditan Rakyat menjadi Bank Perekonomian Rakyat, serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menjadi Bank Perekonomian Rakyat Syariah 3. Perubahan bentuk badan hukum BPR dan BPR Syariah menjadi perseroan

¹³ Veithzal Rivai, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Bojong Pekalongan, Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2024), h. 55-57.

terbatas atau koperasi 4. Penyederhanaan persyaratan sebagai pemilik BPR dan BPR Syariah.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah mendefinisikan BPRS sebagai lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah dan tidak menyediakan layanan dalam transaksi pembayaran. Dengan kata lain, BPRS tidak menyediakan layanan seperti transfer antarbank, kartu kredit, kliring, maupun layanan pembayaran lainnya seperti yang ada di bank umum. Karena itu, kegiatan utama BPRS lebih difokuskan pada bentuk Perekonomian kepada masyarakat. Perekonomian ini biasanya ditujukan untuk membantu usaha kecil, maupun keperluan lain yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan keterbatasan tersebut, BPRS tetap memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam mendukung perekonomian masyarakat kecil. BPRS menjadi salah satu solusi bagi masyarakat yang membutuhkan layanan keuangan yang sederhana, mudah diakses, dan sesuai dengan ajaran Islam. Menurut M. Nur Rianto Al Arif, BPRS dibuat agar masyarakat lebih mudah mendapatkan layanan perbankan yang halal, terjangkau, dan sesuai dengan kebutuhan ekonomi daerah.¹⁴

¹⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Manajemen Lembaga Keuangan* (Uny Press, 2020), h. 66.

Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh BPRS meliputi:

- a. Mencari dana dari masyarakat.
- b. Memberikan dana kepada masyarakat.
- c. Menyimpan dana di bank syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi berdasarkan akad *Mudharabah* dan akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah.
- d. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha lain dari bank syariah dengan prinsip syariah sesuai persetujuan Bank Indonesia.¹⁵

Tujuan utama BPRS:

- 1) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, khususnya para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).
- 2) Mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis syariah di tingkat lokal.
- 3) Menjadi pilihan bagi masyarakat yang ingin bertransaksi sesuai prinsip Islam.¹⁶

Ciri khas BPRS:

- 1) Tidak terlibat dalam kegiatan transaksi berbasis bunga.

¹⁵ Nur Kholidah, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Bojong Pekalongan, Jawa Tengah: Pt Nasya Expanding Management, 2024, h. 47.

¹⁶ Lukman Hakim Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Ekonomi Dan Keuangan Syariah* (Muhammadiyah University Press, 2018), h. 29.

- 2) Menyalurkan dana melalui akad syariah seperti *Mudharabah* (bagi hasil), *Musyarakah* (kerja sama modal), *Murabahah* (jual beli), *ijarah* (sewa), dan *qardhul hasan* (pinjaman kebajikan).
- 3) Menghimpun dana dari masyarakat melalui simpanan berdasarkan akad *wadiah* (titipan) atau *Mudharabah* (bagi hasil).
- 4) Beroperasi lebih banyak di daerah pedesaan atau wilayah yang dekat dengan masyarakat kecil dan menengah.¹⁷

a. Fungsi BPRS dalam Perekonomian Syariah

Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) merupakan lembaga keuangan yang berperan dalam mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk Perekonomian, dengan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip agama Islam. Dalam menjalankan kegiatannya, BPRS tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), karena *riba* dilarang dalam Islam. Selain itu, BPRS juga menghindari adanya unsur ketidakjelasan (*gharar*) dan spekulasi (*maysir*) sebagai gantinya, BPRS menggunakan sistem yang lebih adil seperti bagi hasil, jual beli, dan akad-akad syariah lainnya

¹⁷ Muhammad Sarifudin, *Pembiayaan Musyarakah Dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah Di BPRS* (Bintang Pustaka Madani, 2021), h. 53.

yang sudah sesuai dengan ketentuan Islam. Tujuan dari penerapan prinsip-prinsip tersebut agar kegiatan keuangan yang dilakukan tidak merugikan salah satu pihak dan dapat memberikan manfaat yang seimbang bagi semua pihak yang terlibat. Menurut Muhammad, menjelaskan bahwa BPRS berperan sebagai lembaga keuangan yang menjembatani transaksi dengan menggunakan prinsip syariah, sehingga mendorong kegiatan ekonomi yang bermanfaat dan mampu mewujudkan sistem ekonomi yang adil, bebas dari *riba*, serta lebih mengutamakan kepentingan masyarakat yang kurang mampu.¹⁸

Menurut Kasmir, BPRS tidak hanya memberikan Perekonomian, tetapi juga memiliki peran sosial dalam meningkatkan pemahaman tentang keuangan syariah, membantu pengembangan usaha kecil, serta menyediakan akses modal yang mudah dan sesuai dengan prinsip syariah.¹⁹ BPRS juga membantu dalam pengembangan usaha kecil dengan memberikan akses modal yang lebih mudah dan sesuai dengan prinsip syariah. Proses yang sederhana dan tidak terlalu rumit membuat masyarakat khususnya pelaku usaha kecil, lebih mudah

¹⁸ Muhammad, *Pengantar Lembaga Keuangan Syariah* (Guepedia, 2021), h. 37-39.

¹⁹ Kasmir, *Tantangan Keberlanjutan Bank Perekonomian Rakyat (BPR)*, Deepublish, 2025, h. 53-54.

mendapatkan Perekonomian. Dengan adanya peran tersebut, BPRS tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga berupaya memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat. BPRS menjadi salah satu solusi bagi masyarakat yang membutuhkan layanan keuangan yang halal, mudah diakses, dan sesuai dengan kondisi ekonomi mereka.

Berikut penjelasan lebih rinci mengenai fungsi BPRS:

1. Fungsi sebagai penghubung keuangan. BPRS bertugas sebagai penghubung antara orang yang memiliki uang lebih (nasabah penyimpan) dan orang yang membutuhkan dana (nasabah Perekonomian).
2. BPRS mengumpulkan dana melalui berbagai produk seperti tabungan dan deposito syariah, lalu menyalurkannya dalam bentuk Perekonomian berupa *Murabahah*, *Mudharabah*, *Musyarakah*, *ijarah*, dan lainnya.
3. Fungsi investasi dan Perekonomian. BPRS menyediakan dana untuk mendukung usaha-usaha yang bermanfaat bagi masyarakat, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dana tersebut diberikan sesuai prinsip

bagi hasil atau jual beli syariah yang memperkuat sektor riil sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

4. Fungsi sosial. BPRS juga berperan dalam menyalurkan dana zakat, infaq, sedekah, dan dana kebajikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Sesuai dengan nilai keadilan sosial dalam sistem ekonomi Islam.

5. Fungsi pendidikan keuangan syariah. BPRS berfungsi dalam memberikan pembelajaran dan pemahaman masyarakat tentang sistem keuangan syariah. Bertujuan meningkatkan memahami dan akses keuangan syariah di tingkat lokal.²⁰

b. Peran BPRS dalam Perekonomian Syariah

Menurut Muhammad Syafi'i Antoni, BPRS berperan sebagai lembaga keuangan yang memperantakan dana dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah, sehingga mendorong aktivitas ekonomi yang bermanfaat.²¹ Dengan menggunakan prinsip syariah, kegiatan yang dilakukan oleh BPRS tidak mengandung unsur bunga (*riba*), sehingga transaksi yang terjadi lebih adil dan tidak merugikan

²⁰ Karsidi, *BPR Syariah* (PT Elex Media Komputindo: Jakarta, 2018), h. 64-66.

²¹ Muhammad Syafi'i Antoni, "Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dalam Pengembangan UMKM Di Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Serambi Mekah , Langsa)" 4 (2024): h. 37–39.

salah satu pihak. Melalui Perekonomian yang diberikan, BPRS mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi yang bermanfaat, seperti membuka atau mengembangkan usaha kecil. Secara tidak langsung dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Itu sebabnya, keberadaan BPRS diharapkan mampu membentuk sistem ekonomi yang lebih adil, bebas dari praktik bunga, serta lebih mengutamakan kepentingan masyarakat luas, khususnya masyarakat kecil yang membutuhkan dukungan dalam hal permodalan.

Menurut Adiwarman A. Karim, BPRS tidak hanya memberikan Perekonomian, tetapi juga berperan dalam fungsi sosial dengan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah, membantu pengembangan usaha kecil, serta menyediakan akses permodalan yang mudah dan sesuai dengan prinsip syariah.²² BPRS berperan dalam membantu pengembangan usaha kecil dengan memberikan akses permodalan yang lebih mudah. Proses yang dilakukan biasanya lebih sederhana dan tidak terlalu susah, sehingga masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil, dapat lebih mudah mendapatkan

²² Adiwarman A. Karim, “Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Bangka Belitung” 5, no. 1 (2019): h. 50–52.

Perekonomian sesuai dengan kebutuhan mereka. BPRS tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga berupaya memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat. BPRS hadir sebagai solusi bagi masyarakat yang membutuhkan layanan keuangan yang tidak hanya mudah diakses, tetapi sesuai dengan prinsip syariah.

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 terlibat dalam praktik riba tidak dapat berdiri tegak, melainkan seperti orang yang terhuyung-huyung akibat kerasukan setan. Hal ini disebabkan mereka beranggapan bahwa transaksi jual beli sama dengan riba. Namun, Allah telah memperbolehkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang menerima peringatan dari Tuhannya mengenai larangan riba tetapi kemudian berhenti, maka apa yang dia miliki sebelumnya menjadi miliknya dan urusannya akan diserahkan kepada Allah. Sementara itu, siapa saja yang kembali melakukan transaksi ribawi adalah penghuni neraka dan akan tinggal di sana selamanya. QS. Al-Baqarah (275)

Peran-peran BPRS:

1. Peran dalam mendorong pemberdayaan ekonomi umat. BPRS berfokus pada pemberian Perekonomian kepada sektor mikro dan kecil

yang sulit mendapatkan layanan dari bank umum dan membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat mengurangi tingkat kemiskinan.

2. Peran dalam pembangunan ekonomi daerah. Sebagai bank yang beroperasi di tingkat lokal, BPRS aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, memperkuat ekonomi kerakyatan, dan meningkatkan potensi ekonomi masyarakat setempat.
3. Peran dalam mewujudkan keadilan ekonomi. Dengan menerapkan prinsip bagi hasil dan transaksi riil, BPRS membantu mengarahkan distribusi kekayaan secara adil.
4. Peran dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah. BPRS menjadi sarana bagi masyarakat kecil dan menengah yang belum bisa mengakses layanan keuangan dari bank umum, sehingga memperluas akses mereka terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.
5. Peran dalam mendukung stabilitas ekonomi syariah. Karena BPRS beroperasi tanpa bunga dan menghindari spekulasi atau dugaan, maka lembaga ini dapat menjaga stabilitas ekonomi

karena fokus pada kegiatan bermanfaat dan sektor riil.²³

c. Prinsip Operasional BPRS

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, prinsip operasional BPRS mencakup penghindaran segala bentuk transaksi yang bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam, seperti *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (spekulasi) yang dilarang. Sebagai alternatif, BPRS mengimplementasikan sistem bagi hasil serta akad-akad yang sejalan dengan syariah, contohnya *Mudharabah* (bagi hasil) *Musyarakah* (kerjasama), BPRS memiliki tanggung jawab untuk yang dilarang dalam Islam, dengan tujuan untuk memberikan manfaat yang adil bagi semua pihak, baik bank maupun nasabah.²⁴

Menurut Adiwarman A. Karim, seorang ekonom dan pakar keuangan syariah, operasional BPRS juga berfokus pada prinsip keadilan. Bank dan nasabah bukanlah pihak yang terlibat dalam memberikan melainkan rekan usaha yang saling berbagi keuntungan dan risiko. Pendekatan ini

²³ Ferdy Imanzah, *Strategi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan Di Masa Pandemi Covid-19*, Tesis, vol. 19, 2022, h. 26.

²⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2021, h. 51-52.

berbeda dengan sistem perbankan konvensional yang lebih mengutamakan hubungan berbasis bunga tetap, di mana bank sebagai pemberi pinjaman selalu mendapat keuntungan meskipun usaha nasabah tidak berhasil. Sebaliknya, dalam BPRS, sistem bagi hasil diterapkan untuk memastikan bahwa keuntungan yang diperoleh merupakan hasil dari usaha bersama yang bermanfaat, bukan semata-mata dari beban bunga yang dibebankan kepada nasabah.²⁵

Menurut Ascarya menjelaskan bahwa prinsip operasional BPRS juga mencakup fungsi penghubung keuangan berbasis syariah. Perekonomian yang disalurkan kepada masyarakat kembali dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah. BPRS tidak diperkenankan untuk digunakan dalam kegiatan yang bersifat spekulatif atau untung-untungan, merugikan, atau yang bertentangan dengan prinsip syariah, seperti investasi pada usaha yang haram atau tidak sesuai. Karena itu, pengelolaan dana dalam BPRS Tindakan ini perlu dilakukan dengan cermat dan melalui analisis yang mendalam agar dapat memberikan manfaat optimal bagi masyarakat yang memerlukannya Perekonomian. Proses ini juga melibatkan penilaian yang seksama terhadap risiko usaha yang akan

²⁵ Adiwarman A Karim, Adiwarman . *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2024, h. 57-58.

dibiayai, sehingga BPRS dapat memastikan bahwa dana yang disalurkan dapat berputar.

Contoh Prinsip Operasional BPRS:

1. Akad *Mudharabah* (Bagi Hasil)

Dalam sistem *Mudharabah*, seorang nasabah menyimpan dana di BPRS untuk dikelola dalam usaha tertentu, dan BPRS pengelola dana. Keuntungan yang dihasilkan dari usaha tersebut akan dibagi antara kedua pihak. Ini berarti bahwa keuntungan yang diperoleh tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi berdasarkan hasil usaha yang dijalankan. Jika usaha tersebut merugi, kerugian tersebut akan ditanggung oleh pemilik modal (nasabah), sementara BPRS sebagai pengelola tidak akan memperoleh imbalan.

2. Akad *Murabahah* (Jual Beli)

Dalam perjanjian *Murabahah*, BPRS mengakuisisi atau pengambilalihan kepemilikan barang yang diperlukan oleh nasabah dan selanjutnya menjualnya dengan keuntungan yang telah disepakati. Pembelian dan penjualan barang ini dilakukan secara transparan, dengan rincian harga dan margin keuntungan yang jelas. Nasabah kemudian membayar harga barang tersebut dalam cicilan atau sekaligus, tergantung pada

kesepakatan yang telah dibuat. Sistem secara langsung, tetapi tetap dengan prinsip keadilan dan jujur yang sesuai dengan hukum Islam.

3. Akad *Musyarakah* (Kerja Sama)

Pada akad *Musyarakah*, BPRS dan nasabah berkolaborasi dalam sebuah usaha dengan menyertakan modal masing-masing. Keuntungan dari usaha tersebut akan dibagi sesuai dengan kesepakatan sebelumnya, sedangkan risiko kerugian ditanggung bersama sesuai dengan porsi modal yang disertakan. Sistem ini mengutamakan kerja sama yang adil antara bank dan nasabah, di mana kedua belah pihak bekerja keras untuk mengembangkan usaha dan berbagi hasil secara proporsional.

4. Larangan *Riba* Salah satu prinsip operasional yang sangat mendasar dalam BPRS adalah larangan terhadap praktik *riba*. Dalam perbankan konvensional, bunga merupakan komponen utama dalam Perekonomian, namun dalam sistem syariah. BPRS tidak menggunakan sistem bunga dalam setiap sistem bagi hasil, di mana keuntungan yang diperoleh bank berasal dari partisipasi langsung dalam kegiatan ekonomi yang

bermanfaat, bukan dari beban bunga yang dikenakan kepada nasabah.²⁶

d. Produk BPRS

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, produk bank syariah merupakan instrumen atau alat keuangan yang dibangun berdasarkan akad-akad syariah seperti *Mudharabah*, *Murabahah*, *Musyarakah*, dan *ijarah*, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat secara halal.²⁷ Produk-produk ini juga harus sesuai dengan nilai-nilai keadilan, jujur, dan bebas dari unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Dalam BPRS, produk yang ditawarkan umumnya lebih sederhana dan difokuskan pada masyarakat kecil serta usaha mikro. Menurut Adiwarmanto A. Karim, produk BPRS dapat dipahami sebagai bentuk kegiatan penghubung keuangan Syariah yang mencakup pengumpulan dana dan distribusi kepada masyarakat. Produk untuk pengumpulan dana terdiri dari tabungan dan deposito yang berlandaskan akad *Wadiah* serta *Mudharabah*, sementara produk penyaluran dana meliputi *Perekonomian* seperti *Murabahah*, *Musyarakah*, dan *Ijarah*. Setiap produk harus dirancang dengan memperhatikan keseimbangan

²⁶ Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2018, h. 62-64.

²⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2021, h. 48-49.

antara risiko dan keuntungan serta harus mencerminkan prinsip rekan antara bank dan nasabah, bukan hubungan kreditur dan debitur seperti dalam sistem konvensional. Produk BPRS merupakan sarana utama dalam menjalankan fungsi lembaga keuangan syariah yang tidak hanya berperan sebagai penghubung keuangan, tetapi juga sebagai alat pemberdayaan ekonomi masyarakat. Produk-produk tersebut dirancang agar dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah, dengan tetap berpegang pada prinsip syariah.

Contoh Produk BPRS:

1. Tabungan *Wadiah*

Nasabah menitipkan dana ke BPRS dan dapat menariknya kapan saja, bank boleh memberi bonus tanpa perjanjian.

2. Deposito *Mudharabah*

Simpanan berjangka dengan sistem bagi hasil sesuai nisbah atau perbandingan yang disepakati di awal.

3. Perekonomian *Murabahah*

BPRS membeli barang yang dibutuhkan nasabah lalu menjualnya kembali dengan margin keuntungan.

4. Perekonomian *Musyarakah*

Kerja sama usaha antara bank dan nasabah dengan pembagian keuntungan dan risiko.²⁸

2. *Fintech*

Fintech merupakan akronim dari *Financial Technology*, yang merujuk pada sebuah inovasi dalam sektor layanan finansial, memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, dan praktis bagi masyarakat. Menurut Douglas W Arner, *fintech* mencakup perkembangan teknologi yang mengubah cara masyarakat mengakses, mengelola, dan melakukan transaksi keuangan melalui platform digital.²⁹ Pada masa sebelumnya, jika seseorang ingin melakukan transaksi keuangan seperti menabung, meminjam uang, atau melakukan pembayaran, maka harus datang langsung ke Proses ini seringkali memakan waktu, tenaga, dan terkadang terasa rumit. Namun sekarang, dengan adanya *fintech*, berbagai layanan tersebut dapat dilakukan dengan lebih mudah hanya melalui smartphone, aplikasi, atau jaringan internet. Melalui *fintech*, masyarakat dapat melakukan pembelian produk, pengajuan pinjaman, bahkan investasi secara online tanpa harus datang ke

²⁸ Adiwarman A Karim, Adiwarman . Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2024, h. 43-46.

²⁹ Douglas W Arner, *Fintech Dalam Keuangan Islam* (Publica Indonesia Utama, 2022), h. 49-51.

kantor layanan. Masalah ini tentu sangat membantu bagi masyarakat.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *fintech* adalah sebuah inovasi dalam sektor jasa keuangan yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan partisipasi dan kemudahan bagi pengguna. kecepatan, dan keterbatasan layanan keuangan bagi masyarakat. Artinya, *fintech* hadir untuk membuat layanan keuangan menjadi lebih sederhana dan dapat dijangkau oleh lebih banyak orang.

Menurut Schueffel, *fintech* adalah istilah umum yang menggambarkan berbagai inovasi teknologi di bidang keuangan yang bertujuan memberikan layanan yang lebih efektif dan praktis.³⁰ Secara umum, *fintech* adalah perubahan layanan keuangan konvensional menjadi layanan modern, mudah diakses, cepat, saat ini. Menurut Bank Indonesia, *fintech* adalah hasil penggabungan antara teknologi dan layanan keuangan yang mampu mengubah model bisnis konvensional menjadi lebih praktis, cepat, dan berbasis digital.

a. Perkembangan *Fintech*

Menurut Barberis, perkembangan *fintech* berlangsung dalam beberapa tahap, mulai dari proses digitalisasi sistem pembayaran tradisional hingga

³⁰ Schueffel, Financial Technology, (Cv Jejak Publisher, 2022), h. 43-44.

munculnya inovasi baru seperti peminjaman antar *peer*, perbankan digital, dan *blockchain*.³¹ Menurut Schueffel, perkembangan *fintech* adalah bagian dari perubahan terus-menerus di sektor keuangan yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital, sehingga memungkinkan penyedia layanan menghadirkan solusi yang lebih *praktis*, cepat, serta lebih murah.³² Karena kemajuan teknologi tersebut, penyedia layanan keuangan dapat menghadirkan berbagai solusi yang lebih praktis, cepat, dan juga lebih terjangkau bagi masyarakat. Contohnya, proses pengajuan pinjaman yang dulunya memerlukan banyak waktu dan persyaratan, kini bisa dilakukan dengan lebih sederhana melalui aplikasi digital. Perkembangan *fintech* juga membuat persaingan di sektor keuangan menjadi semakin ketat. Lembaga keuangan dituntut untuk terus berinovasi agar tidak tertinggal. Ini mendorong munculnya berbagai layanan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Maka, bisa dipahami bahwa perkembangan *fintech* merupakan proses yang terus berjalan dan sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Perkembangan ini tidak hanya memberikan

³¹ Barberis et al., "Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam," 2017, h. 62–63.

³² Schueffel, *Fintech*, Cv Jejak Publisher, 2022, h. 41.

kemudahan bagi masyarakat, tetapi juga mengubah cara kerja industri keuangan secara keseluruhan menjadi lebih modern dan berbasis digital.

Ciri-ciri *fintech*:

- a. Berbasis teknologi digital, dengan layanan yang dilakukan secara *online* melalui aplikasi atau *platform*.
- b. Mudah diakses, nasabah bisa bertransaksi kapan saja dan di mana saja selama memiliki *internet* dan *smartphone*.
- c. Proses cepat dan praktis, *registrasi*, *transaksi*, dan layanan jauh lebih singkat dibandingkan dengan layanan keuangan tradisional.
- d. Inovatif, dengan memberikan produk keuangan baru seperti *peer-to-peer (P2P) lending*, *dompet digital*, untuk investasi.³³

b. Jenis-jenis *Fintech*

Menurut Douglas W. Arner, *fintech* merupakan inovasi dalam sektor jasa keuangan yang menggabungkan teknologi untuk menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk baru. Dari sudut pandangnya, jenis *fintech* dapat dibagi berdasarkan fungsi utamanya, seperti sistem pembayaran digital

³³ Putri Amelia and Anggun Okta Fitri, "Tinjauan Literatur : Perkembangan Dan Tantangan Perbankan Syariah Di Indonesia Di Era Digital Literature Review : Development and Challenges Of," 2025, h. 70–72.

(*payments*), pinjaman *online* (*lending*), manajemen investasi (*wealth management*), serta asuransi digital (*insurtech*). Pengelompokan ini menunjukkan bahwa *fintech* tidak hanya menggantikan layanan keuangan tradisional, tetapi juga menciptakan ekosistem baru yang lebih cepat, tepat, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. *Fintech* diklasifikasikan berdasarkan aktivitas layanan keuangan yang ditawarkan kepada pengguna. FSB membagi *fintech* ke dalam beberapa kategori utama seperti pembayaran dan transfer dana, Perekonomian (*crowdfunding* dan *peer-to-peer lending*), pasar modal digital, serta layanan pendukung keuangan seperti teknologi *blockchain*. Klasifikasi ini menekankan bahwa perkembangan *fintech* tidak hanya terbatas pada inovasi produk, tetapi juga mencakup infrastruktur dan sistem pendukung yang memperkuat industri keuangan secara keseluruhan.

Contoh Jenis-Jenis *Fintech*:

1. *Payment* (Pembayaran Digital)

Contoh: GoPay, OVO digunakan untuk transaksi non-tunai.

2. *Peer-to-Peer* (P2P) *Lending*

Contoh: Kredivo, Amarnya yang mempertemukan pemberi pinjaman dan peminjam secara *online*.

3. *Wealth Management* (Investasi Digital)

Contoh: Bibit untuk investasi reksa dana atau metode pembelian secara online.

c. Peran *Fintech* dalam Perekonomian

Teori mengenai strategi menghadapi persaingan layanan *fintech* dikemukakan oleh Douglas W. Arner yang menekankan pada pemanfaatan teknologi digital untuk mengalihkan layanan keuangan menjadi lebih cepat, efisien, murah, dan mudah diakses oleh seluruh Masyarakat.³⁴ Kehadiran *fintech* membantu menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh lembaga keuangan tradisional (*unbanked*), sehingga memperluas basis keikutsertaan ekonomi dan mendorong aktivitas keuangan yang lebih luas. *Fintech* juga berperan dalam meningkatkan efisiensi sistem keuangan dengan mengurangi biaya transaksi dan mempercepat proses layanan. Teknologi seperti aplikasi mobile, kecerdasan buatan, dan big data memungkinkan lembaga keuangan untuk memberikan layanan yang lebih akurat dan personal kepada pengguna. Hal ini berdampak pada peningkatan produktivitas pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), karena mereka dapat

³⁴ Douglas W., *Fintech Dalam Keuangan Islam* (Publica Indonesia Utama, 2022), h. 59-60.

memperoleh akses Perekonomian dan layanan keuangan dengan lebih mudah dan cepat dibandingkan melalui jalur konvensional.

Fintech turut berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital dengan menciptakan ekosistem baru yang berbasis teknologi. Inovasi dalam sistem pembayaran, Perekonomian, dan investasi digital membuka peluang usaha baru serta meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat. Dengan adanya *fintech*, transaksi ekonomi menjadi lebih transparan dan terdokumentasi dengan baik, sehingga dapat mendukung keseimbangan sistem keuangan.

Contoh Peran *Fintech* dalam Perekonomian:

1. Meningkatkan Inklusi Keuangan

Aplikasi seperti OVO membantu masyarakat tanpa rekening bank untuk tetap bisa melakukan transaksi keuangan.

2. Mempermudah Perekonomian UMKM

Platform seperti Amarta menyediakan pinjaman bagi pelaku usaha kecil.

3. Efisiensi Sistem Pembayaran

GoPay memungkinkan transaksi cepat tanpa uang tunai.³⁵

³⁵ Douglas W. Arner., et al. *FinTech and RegTech in a Nutshell*, 2024, H. 61-65.

3. Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan indikator utama dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam memenangkan persaingan di industri tertentu. Teori mempertahankan pangsa pasar terungkap yang diperkenalkan oleh Tjiptono dapat dipertahankan jika perusahaan mampu memenuhi kepuasan pelanggan, menjaga kualitas layanan, serta melakukan inovasi yang berkelanjutan sesuai dengan perubahan kebutuhan pasar.³⁶ Kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting, karena jika pelanggan merasa puas, mereka biasanya tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas, maka mereka akan mudah beralih ke perusahaan lain yang dianggap lebih baik. Karena itu, perusahaan perlu terus memperhatikan kebutuhan dan harapan pelanggan agar dapat memberikan layanan yang sesuai dan menjaga kualitas layanan juga menjadi hal yang tidak kalah penting. Pelayanan yang baik, seperti cepat, ramah, dan tepat, dapat membuat pelanggan merasa nyaman dan dihargai. Dengan pelayanan yang terus menerus dan berkualitas, hubungan antara perusahaan dan pelanggan juga akan semakin kuat. Perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan lingkungan bisnis dan

³⁶ Tjiptono, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Gramedia Pustaka Utama) 2015, h. 58.

perubahan kebutuhan konsumen berisiko kehilangan pelanggan. Jika itu terjadi secara terus-menerus, maka pangsa pasar perusahaan akan menurun karena pelanggan berpindah ke pesaing. Akibatnya, strategi dalam mempertahankan pangsa pasar harus difokuskan pada beberapa hal, seperti memperkuat hubungan dengan pelanggan atau nasabah, meningkatkan nilai layanan yang diberikan, serta menciptakan keunggulan yang membedakan perusahaan dari pesaing. Keunggulan ini bisa berupa kualitas pelayanan, kemudahan akses, kepercayaan, maupun nilai-nilai tertentu seperti prinsip syariah.

Menurut William, Pangsa pasar (*market share*) adalah persentase dari penjualan perusahaan dibandingkan dengan total penjualan produk atau jasa yang sama di pasar tertentu.³⁷ Semakin besar pangsa pasar yang dimiliki, maka semakin kuat posisi perusahaan di pasar tersebut. Ini menunjukkan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan mampu diterima dengan baik oleh masyarakat. Sebaliknya, jika pangsa pasar kecil, berarti perusahaan masih memiliki daya saing yang rendah dibandingkan dengan pesaing. Dengan begitu, pangsa pasar tidak hanya menjadi ukuran keberhasilan perusahaan, tetapi juga

³⁷ William, *Pasar Modal Syariah Indonesia* (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, 2020), h. 37-38.

menjadi gambaran seberapa kuat perusahaan mampu bertahan dan bersaing di tengah persaingan yang ada.

Beberapa faktor yang memengaruhi besarnya pangsa pasar:

- a. Kualitas produk dan layanan yang diberikan.
- b. Strategi harga yang digunakan.
- c. Citra merek dan kepercayaan dari para konsumen.
- d. Inovasi dan kemampuan menyesuaikan diri dengan teknologi, seperti *fintech*.
- e. Efektivitas strategi pemasaran dan distribusi.

Strategi pemasaran bisa dibagi berdasarkan pasar yang dimiliki perusahaan, sehingga terpecah menjadi 4 jenis yaitu:

1. *Market Leader*, yang dikenal sebagai pemimpin pasar jika pangsa pasar mencapai 40% atau lebih.
2. *Market Challenger*, yang disebut tantangan pasar jika pangsa pasar berkisar antara 30%.
3. *Market Follower*, yang juga disebut pengikut pasar, adalah perusahaan yang memiliki pangsa pasar sekitar 20%.
4. *Market Nicher*, yang juga dikenal sebagai penggarap relung pasar, adalah pelaku usaha yang fokus pada

pangsa pasar yang relatif kecil, biasanya berada di bawah 10%.³⁸

Pangsa pasar menjadi indikator penting karena:

1. Menunjukkan kinerja perusahaan dalam persaingan.
2. Menggambarkan tingkat kesetiaan pelanggan.
3. Menjadi dasar untuk mengambil keputusan strategi pemasaran dan ekspansi usaha.
4. Mengukur sejauh mana strategi bersaing/sifat suka bersaing perusahaan berhasil dari waktu ke waktu³⁹.

a. Konsep Pangsa Pasar

Menurut Philip Kotler, pangsa pasar adalah indikator penting yang digunakan untuk mengukur posisi persaingan suatu perusahaan di dalam pasar. Pangsa pasar mencerminkan seberapa besar kekuatan perusahaan dalam menarik konsumen dibandingkan para pesaingnya, serta menjadi tolok ukur keberhasilan strategi pemasaran yang dijalankan. Semakin besar pangsa pasar yang dimiliki, maka semakin kuat pula posisi perusahaan dalam industri tersebut. Kotler menjelaskan bahwa pangsa pasar tidak hanya menunjukkan tingkat penjualan, tetapi

³⁸ R Bambang Budhijana, “Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pangsa Pasar Perbankan Syariah 2018” (2018), h. 57-59.

³⁹ Cita Citrawinda, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakat Media Publishing, 2021), h. 49.

juga menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Perusahaan dengan pangsa pasar yang tinggi biasanya memiliki keunggulan persaingan seperti harga yang lebih efisien, kualitas produk yang lebih baik, atau strategi promosi yang lebih efektif.⁴⁰

b. Jenis-jenis Pangsa Pasar

Menurut Philip Kotler, pangsa pasar dapat dibedakan menjadi beberapa kategori utama seperti pemimpin pasar, pesaing, pengikut, dan pelaku pasar khusus. Klasifikasi ini digunakan untuk memahami bagaimana perusahaan bersaing dan mengambil strategi yang sesuai dengan posisi mereka di pasar. Setiap jenis memiliki ciri-ciri dan pendekatan pemasaran yang berbeda dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Kotler menjelaskan bahwa perbedaan jenis pangsa pasar ini sangat penting dalam menentukan strategi bisnis. Perusahaan yang menjadi pemimpin pasar biasanya fokus mempertahankan dominasinya, sementara penantang pasar berusaha merebut pangsa pasar dengan inovasi atau strategi agresif. Di sisi lain, pengikut pasar cenderung meniru strategi yang sudah berhasil,

⁴⁰ Philip Kotler, *Marketing Management*. Pearson Education, 2018, h. 69-71.

sedangkan pemain pasar lebih fokus pada bagian kecil yang khas namun menguntungkan.

Contoh Jenis-Jenis Pangsa Pasar:

1. Market *Leader* (Pemimpin Pasar)

Samsung sebagai pemimpin pasar smartphone global dengan penjualan tertinggi.

2. Market *Challenger* (Penantang Pasar)

Apple berusaha menyaingi dominasi Samsung melalui inovasi produk.

3. Market *Follower* (Pengikut Pasar)

Oppo mengikuti tren pasar dengan strategi harga dan fitur kompetitif.

4. Market *Nicher* (Ceruk Pasar)

GoPro fokus pada pasar kamera aksi dengan segmen khusus.⁴¹

4. Strategi

Secara umum, istilah "strategi" mengacu pada upaya untuk mencapai sasaran tertentu, strategi dapat dipahami sebagai suatu rencana yang disusun dengan jelas mengenai langkah-langkah yang perlu diambil agar tujuan tersebut dapat tercapai secara efektif. Biasanya, strategi disusun secara teratur dan sistematis, sehingga dapat menjadi pedoman bagi suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatannya sehari-hari. Strategi tidak

⁴¹ Philip Kotler, *Marketing Management*. Pearson Education, 2018, h. 72-75.

hanya sekadar rencana biasa, tetapi merupakan panduan yang membantu organisasi dalam menentukan arah yang tepat. Dengan adanya strategi, suatu perusahaan tidak berjalan tanpa tujuan, melainkan memiliki arah yang jelas dan langkah yang terencana dalam mencapai keberhasilan.⁴² Untuk mencapai sasaran tertentu, strategi dapat dipahami sebagai suatu rencana yang disusun dengan jelas mengenai langkah-langkah yang perlu diambil agar tujuan tersebut dapat tercapai secara efektif. harapan para pelanggan di masa depan.⁴³

Perkembangan pasar yang semakin cepat serta perubahan sikap konsumen menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan khusus yang disebut keahlian inti (*core competencies*). Keahlian inti ini merupakan keunggulan utama yang dimiliki perusahaan dan menjadi kekuatan dalam bersaing. Karena itu, perusahaan harus mampu mengenali dan mengembangkan keunggulan tersebut agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan. Strategi juga dapat dipahami sebagai usaha menyeluruh yang menggabungkan visi, misi, dan tujuan

⁴² Wanda Eflinda Aryanti and Muhammad Iqbal Fasa, “Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Industri Keuangan Analysis of Indonesian Sharia Bank Marketing Strategy in Facing Financial Industry Competition,” *Jicn: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1, no. 5 (2024): <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>, h. 72-73.

⁴³ Hamel, *Strategi Manajemen* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), h. 42.

perusahaan ke dalam tindakan nyata. Semua rencana yang dimiliki perusahaan dapat dijalankan secara terarah sehingga hasil yang diinginkan dapat tercapai dengan lebih efektif.⁴⁴

Setiap perusahaan sangat membutuhkan strategi agar dapat terus berkembang. Penyusunan strategi sebaiknya dilakukan sejak awal perusahaan didirikan, sehingga perusahaan memiliki pedoman yang jelas dalam menjalankan aktivitasnya. Strategi juga membantu perusahaan dalam menghadapi berbagai tantangan dari luar, seperti persaingan bisnis, perubahan teknologi, maupun perubahan kebutuhan pasar. Perusahaan juga dapat menggunakan strategi untuk menangkap peluang yang ada di pasar. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk meningkatkan kinerja dan memperluas usahanya. Sebaliknya, tanpa strategi yang jelas, perusahaan akan kesulitan dalam mengambil keputusan dan menentukan langkah yang tepat. Proses dalam menentukan strategi, melaksanakan, hingga mengevaluasinya disebut sebagai perencanaan strategis. Perusahaan tidak hanya membuat rencana, tetapi juga menilai apakah strategi yang dijalankan sudah sesuai atau perlu diperbaiki. Evaluasi ini

⁴⁴ Ita Rukmanasari et al., “Analisis Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Market Share Ditengah Eksistensi Bank Konvensional Pada Era Digital,” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 9, no. 02 (2024): <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1658>, h. 26.

penting agar strategi yang digunakan tetap berguna dengan kondisi yang terus berubah. Strategi juga dapat dikatakan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Tanpa adanya strategi, tujuan yang ingin dicapai akan sulit diwujudkan karena tidak ada arah yang jelas. Strategi juga membantu perusahaan untuk memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan dengan pesaing, sehingga dapat menarik perhatian pelanggan. Strategi yang baik, perusahaan dapat menciptakan sesuatu yang unik dan berbeda, baik dari segi produk, pelayanan, maupun cara berhubungan timbal balik dengan pelanggan. Ini menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Itu sebabnya, strategi memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Karena strategi pada dasarnya merupakan rencana jangka panjang yang menjadi dasar dalam menjalankan kegiatan usaha, menghadapi persaingan, serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan praktis.⁴⁵

a. Strategi dalam Lembaga Keuangan Syariah

Menurut Karim, strategi yang efektif bagi lembaga keuangan syariah meliputi peningkatan pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah, mempererat hubungan dengan nasabah berdasarkan

⁴⁵ As'ad dan Fridiyanto, *Manajemen Strategik* (2020: Jambi, 2020), h. 60-63.

kepercayaan.⁴⁶ Selain pembelajaran, mempererat hubungan dengan nasabah juga menjadi hal yang sangat penting. Hubungan ini dibangun berdasarkan kepercayaan, kejujuran, dan pelayanan yang baik. Hubungan yang kuat, nasabah akan merasa lebih nyaman dan tetap menggunakan layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah.

Secara umum, strategi dalam lembaga keuangan syariah dapat dipahami sebagai rencana, kebijakan, dan tindakan yang disusun secara teratur untuk mencapai tujuan lembaga, dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip Islam. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai lain seperti keadilan, keberkahan, dan kemaslahatan bagi masyarakat. Artinya, lembaga keuangan syariah tidak hanya berorientasi pada profit (*profit oriented*), tetapi juga pada nilai-nilai sosial dan moral. Setiap keputusan yang diambil harus mempertimbangkan dampaknya bagi masyarakat luas, bukan hanya keuntungan semata. Strategi dalam lembaga keuangan syariah memiliki karakter yang berbeda dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional. Selain berfokus pada kinerja dan daya saing, strategi ini juga

⁴⁶ Karim, *Implementasi Strategik Pada Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Cv. Elsi Pro, 2024), h. 38-39.

menekankan pada nilai-nilai etika, kejujuran, dan tanggung jawab, sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.⁴⁷

Berikut beberapa teori strategi utama yang digunakan dalam lembaga keuangan syariah sebagaimana diperkenalkan oleh Imelda:

1. Strategi Produk dan Layanan (*Product Strategi*)
Lembaga keuangan syariah harus mampu membuat dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekaligus memenuhi prinsip syariah. Perekonomian menggunakan akad *Murabahah*, *Musyarakah*, *Mudharabah*, dan tabungan dengan prinsip *Wadiah* atau *Mudharabah Mutlaqah*. Produk yang inovatif dan bersaing sangat penting agar bisa menarik dan mempertahankan nasabah.
2. Strategi Pemasaran Syariah (*Islamic Marketing Strategi*) Strategi ini memfokuskan promosi dan komunikasi yang jujur, transparan, serta tidak menyesatkan. Pemasaran dilakukan dengan cara mengedepankan nilai-nilai Islam seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, dan pelayanan yang memperhatikan kebutuhan nasabah serta memberi manfaat sosial.

⁴⁷ Bambang Suwarno, *Manajemen Pemasaran Strategik* (Saba Jaya Publisher, 2024), h. 49-50.

3. Strategi Pelayanan (*Service Strategi*) Pelayanan yang berkualitas, cepat, dan ramah sangat penting untuk (LKS) Lembaga keuangan syariah. Dalam Islam, pelayanan disebut *khidmah*, yaitu pelayanan yang dilakukan dengan niat ibadah. Pelayanan yang baik sesuai syariah akan meningkatkan kesetiaan nasabah dan memperkuat citra lembaga.
4. Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia (*Human Resource Strategi*) Sumber daya manusia di lembaga keuangan syariah harus memahami teknis perbankan dan prinsip syariah. Mereka perlu memiliki pengetahuan dan semangat untuk melayani berdasarkan prinsip Islam.
5. Strategi Teknologi dan Digitalisasi (*Technology Strategi*) Dengan berkembangnya *fintech* dan *digital banking*, lembaga keuangan syariah harus mengadopsi inovasi digital seperti aplikasi *mobile banking*, layanan online, serta sistem keamanan data modern. Sebagai syaratnya, inovasi ini tetap mengikuti prinsip syariah.
6. Strategi Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance Strategi*) Mempatuhi prinsip dan hukum syariah adalah keharusan. Strategi ini mencakup pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah, audit

syariah internal, serta sistem tata kelola sesuai *maqashid* syariah.⁴⁸

b. Defensive Strategi (Strategi Bertahan)

Defensive Strategi atau yang biasa dikenal dengan istilah strategi bertahan merupakan cara atau kemampuan dari suatu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan bisnisnya agar bisa melaksanakan kegiatan produksi dan mendapatkan penghasilan dari produk yang mereka hasilkan. Teori menghadapi persaingan layanan sebagaimana disampaikan oleh Kotler menjelaskan defensive strategi sebagai strategi yang digunakan oleh perusahaan yang sudah memiliki posisi pasar yang cukup kuat dan ingin mempertahankan keunggulan persaingannya. Strategi ini tidak bertujuan untuk secara agresif memperluas pasar, melainkan lebih fokus pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menjaga kualitas produk, dan melindungi pangsa pasar dari serangan pesaing.⁴⁹ Menurut Rangkuti juga berpendapat bahwa tujuan dari penerapan defensive

⁴⁸ Imelda, “Strategi Pemasaran Bank Syariah Berbasis Digital Fintech Terhadap Pelayanan Nasabah (Studi Kasus: Bank Muamalat KCP Metro)”, h. 50-51

⁴⁹ Kotler, *Strategic manajemen*, PT Gramedia Pustaka Utama, 2017, h. 59-61.

strategi adalah untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar dalam menghadapi ancaman pesaing, menjaga kekesetiaan pelanggan, dan menjaga proses berlangsungnya usaha.⁵⁰ Menurut Fred R. David mengartikan defensive strategi sebagai jenis strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk melindungi posisi pasar dan keunggulan persaingannya dari ancaman dari luar atau tekanan persaingan.⁵¹ Strategi ini bertujuan untuk melindungi posisi perusahaan di pasar dan mempertahankan keberlangsungan bisnis di tengah persaingan dan perubahan lingkungan luar. Jadi, bisa disimpulkan bahwa defensive strategi merupakan upaya dari suatu Perusahaan untuk mempertahankan posisinya di pasar karena terjadi persaingan dengan tujuan agar bisnisnya tetap berjalan dan tidak mengalami kerugian dan kekalahan dari para pesaing yang berada di pasar yang sama.

⁵⁰ Rangkuti, *Marketing Manajemen*, Bandung Kencana, 2016, h. 50.

⁵¹ Menurut Fred R. David, *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Celebes Media Perkasa, 2018, h. 30.

B. Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun untuk memberikan arah dan batasan yang jelas dalam menganalisis masalah yang diteliti

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian:

