

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁴ Sedangkan dalam kamus Belanda-Indonesia, strategis berasal dari kata majemuk, yang artinya siasat perang, istilah strategi tersebut digunakan dalam kemiliteran sebagai usaha untuk mencapai kemenangan, sehingga dalam hal ini diperlukan taktik serta siasat yang baik dan benar. Strategi adalah Langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu Perusahaan untuk mencapai tujuan.¹⁵

Sedangkan menurut Umar strategi merupakan tindakan yang bersifat incremenial (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh para pelanggan di masa depan.¹⁶ Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan

¹⁴ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hlm1377.

¹⁵ Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 186.

¹⁶ Husein Umar. Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm 31.

perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (corecompetition).

Pengertian strategi telah banyak didefinisikan oleh beberapa ahli, intinya menyatakan bahwa strategi adalah suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat dikatakan sebagai suatu Tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana Tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Adanya strategi supaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat dicapai dengan baik dan benar dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki, diusahakan pula untuk mengatasi kesulitan-kesulitan serta tantangan-tantangan yang ada.¹⁷ Strategi dapat berupa upaya untuk menyusun target (sasaran), program, proyek untuk tercapainya tujuan serta tugas pokok perencanaan. Strategi disusun berdasarkan premis dan tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu

¹⁷ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: Grafindo, 2008), hlm. 239.

mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.¹⁸

Dapat disimpulkan bahwasanya pengertian Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi berbeda dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan kedua kata tersebut.¹⁹

2. Jenis-Jenis Strategi

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan Langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk membangun visi & misi organisasi, menetapkan tujuan strategi dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik.

¹⁸ Rachmat, Manajemen Strategik, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm 14.

¹⁹ Dzajuli dan Yadi janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 120.

Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

a. Strategi Lingkungan Bisnis

Strategi ini mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.

b. Strategi Analisis SWOT

Melakukan analisis internal dan eksternal (*strength, weeknes, opportunity, threth*) untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya. dengan Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.

c. Strategi Pemasaran

Perlu strategi pemasaran yang lebih terfokus kepada upaya untuk memenuhi pemahaman masyarakat tentang murabahah. Maka murabahah perlu meningkatkan kualitas pelayanan (*service quality*) kepada pemenuhan pemahaman masyarakat ini, misalnya mengenai apa murabahah bagaimana operasi murabahah, keuntungan apa yang di dapat dari murabahah, dan sebagainya.

Dalam hal ini, murabahah sebagai perusahaan yang berhubungan dengan masalah kemanusiaan, setidaknya dalam masalah yang berhubungan dengan klaim nasabah murabahah bisa memberikan pelayanan yang lebih baik di bandingkan dengan produk lainya.

Kemungkinan yang banyak itu dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan yang banyak itu dapat digolongkan menjadi empat kelompok variabel yang dikenal dengan “4P” dalam marketing mix yaitu:

Product (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Distribusi), dan *Promotion* (Promosi).²⁰ 4P dalam marketing Mix.

d. Strategi Sosialisasi

Dukungan dari berbagai pihak terutama pemerintah ulama akademisi dan masyarakat di perlukan untuk memberikan masukan dalam penyelenggaraan operasi mudharabah. hal ini dapat di perlukan selain memberikan kontrol bagi mudharabah untuk berjalan pada sistem yang berlaku dan juga meningkatkan kemampuan murabahah dalam menangkap ke butuhan dan keinginan masyarakat.²¹

Dalam strategi produk perusahaan harus dapat melihat produk apa yang lebih dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah sehingga perusahaan dapat memperoleh banyak nasabah. Selain itu kualitas dan

²⁰ Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar pemasaran.*, hlm. 48.

²¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2008), hlm. 127.

keberadaan produk juga harus diperhatikan sehingga tidak berpotensi terjadi penipuan.

3. Tujuan Strategi

Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan itu hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Tujuan strategi bagi perusahaan, yaitu:

- a. Membantu penilaian keberhasilan.²²
- b. Membantu koordinasi dan pembuat keputusan.
- c. Membantu perumusan dan implementasi strategi.
- d. Membantu/mendorong memotivasi pelaksanaan strategi untuk kerja keras.

Dengan adanya tujuan strategi yang jelas dan terencana, perusahaan akan dapat mempertahankan dan meningkatkan keuntungannya.

Analisis pembiayaan atau penilaian pembiayaan dilakukan oleh *account officer* dari suatu lembaga keuangan yang level jabatannya adalah level seksi atau bagian, atau bahkan dapat pula berupa *commitee* (tim) yang ditugaskan untuk menganalisis permohonan pembiayaan.

²² Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2008), hlm. 127.

Bank Jatim Syari'ah Kota Kediri Jawa Timur melakukan analisis pembiayaan dengan tujuan pembiayaan yang diberikan mencapai sasaran dan aman. Untuk mencegah secara dini kemungkinan terjadi *default* oleh nasabah. Analisis pembiayaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi Bank Jatim Syari'ah Kota Kediri Jawa Timur dalam mengambil keputusan untuk menyetujui atau menolak pengajuan pembiayaan.

B. Pengembangan Produk Akad Mudharabah

1. Pengertian Pengembangan

Dalam beberapa kesempatan kita sering mendengar istilah pengembangan kurikulum, pengembangan sistem, dan seterusnya namun banyak juga yang belum tau apa yang dimaksud pengembangan. Pengembangan berasal dari kata kasar *kembang* yang berarti bertambah sempurna. Kemudian mendapat imbuhan pe- dan -an sehingga menjadi pengembangan yang artinya proses, cara atau perbuatan mengembangkan. Jadi pengembangan di sini adalah usaha sadar yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar lebih sempurna dari pada sebelumnya.²³

Pengembangan adalah usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan memberikan

²³ Pusat Bahasa departemen pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 414.

informasi, mempengaruhi sikap atau menambah kecakapan.²⁴ Istilah pengembangan menunjukkan pada suatu kegiatan menghasilkan suatu alat atau cara yang baru. Selama kegiatan tersebut penilaian dan penyempurnaan terhadap alat atau cara tersebut terus dilakukan. Apabila setelah mengalami penyempurnaan-penyempurnaan, akhirnya alat atau cara tersebut dipandang cukup mantap untuk digunakan seterusnya, maka berakhirilah kegiatan pengembangan tersebut.²⁵

Di dalam kamus marketing, arti dari istilah pengembangan produk adalah kegiatan yang mengarah ke memilikinya ciri khas yang baru atau berbeda dari sebuah produk atau manfaat konsumen. Pengembangan tersebut membentang dari konsep yang sama sekali baru untuk memenuhi “keinginan” konsumen yang ditetapkan secara baru hingga modifikasi dari sebuah produk yang telah ada, penyajian dan kemasannya. Ia merupakan bagian dari sebuah proses yang harus berkesinambungan untuk menahan masa penurunan dalam daur hidup intrinsik dari suatu produk yang ada. Pengembangan produk terdiri atas penjualan-penjualan yang bertambah yang diusahakan oleh perusahaan-perusahaan dengan mengembangkan yang diperbaharui untuk Bank Jatim Syari’ah Kota Kediri Jawa Timur yang sekarang.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah sebuah cara untuk mempengaruhi sikap dan

²⁴ Maghfiroh Anisatul, “Analisis Pengembangan Sumber Daya Dalam Pespektif Syariah”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 7, No. 01, ISSN: 2477-6157, 2021, hlm. 404.

²⁵ Syafaruddin and amiruddin, Manajemen Kurikulum, (Medan: Perdana Publishing, 2017), hlm. 130-131.

menambah kecakapan. Atau dengan kata lain pengembangan adalah sebuah alat atau cara baru yang terus mengalami penyempurnaan dan digunakan secara terus-menerus.

2. Produk Bank Jatim Syari'ah

Di dalam Bank Jatim Syari'ah memiliki kurang lebih ada 12 produk pembiayaan tetapi dari ke 12 produk ini tidak semua menggunakan Akad Mudharabah karena dalam Bank Jatim Syari'ah itu setiap produk disini bisa memiliki dengan beberapa akad contohnya dalam 1 produk ada 2 akad (Mudharabah Dan Ijarah). Akad di sini tidak mengikat artinya 1 Produk bisa memiliki bebrapa Akad tapi tinggal mana yang sesuai dengan skemanya.²⁶

1. Multiguna Syari'ah

Fasilitas pembiayaan yang diberikan Bank Jatim kepada Nasabah untuk segala sektor usaha produktif dengan tujuan untuk keperluan konsumtif dan dilaksanakan dengan menggunakan akad Mudharabah dan ijarah.

2. Produk Kafalah

Berupa Bank Garansi adalah jaminan yang diberikan Bank kepada pihak ketiga (terjamin) untuk jangka waktu tertentu, jumlah tertentu dan keperluan tertentu, atas pemenuhan kewajiban nasabah (yang dijamin) kepada pihak ketiga dimaksud. dengan **Karakteristik** Diperuntukkan badan hukum dan lembaga-lembaga lainnya, yang bergerak di bidang jasa

²⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Eres, Account Officer Bank Jatim Syari'ah, Tanggal 01 Juli 2024

konstruksi, pengadaan barang dan jasa, jasa lainnya dan sektor usaha lain yang memenuhi syarat kelayakan.

3. Emas IB Barokah

Fasilitas pinjaman yang diberikan berdasarkan kesepakatan dengan menggunakan akan Qardh, Rahn dan ijarah, dimana Nasabah menyerahkan secara fisik barang berharga berupa emas (baik lantakan maupun perhiasan), selanjutnya Nasabah menerima Surat Gadai sebagai jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang Nasabah kepada Bank Jatim Syariah.

4. Kepemilikan Logam Emas IB Barokah

Merupakan pembiayaan yang diberikan untuk membantu Anda memiliki emas lantakan dengan harga mudah. Pembiayaan ini menggunakan prinsip *Murabahah*.

5. Konsumtif & Produktif

Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan Multiguna Syariah Pembiayaan yang diberikan kepada karyawan pemerintah atau swasta bonafide.

Pembiayaan Pemilikan Kendaraan Pembiayaan yang ditujukan bagi nasabah yang bermaksud melakukan pembelian/pemilikan kendaraan.

Pembiayaan Pemilikan Rumah Pembiayaan yang ditujukan bagi nasabah yang bermaksud melakukan pembelian rumah (baru/second).

Pembiayaan Produktif

Pembiayaan Modal Kerja Pembiayaan untuk keperluan pengadaan barang yang digunakan untuk modal kerja. Pembiayaan Investasi Pembiayaan untuk keperluan pembelian barang-barang yang diperlukan untuk keperluan investasi. Skim: Jual Beli: Muharabah, Istishna, dan Salam. Bagi Hasil: Mudharabah, dan Musyarakah.

6. Umroh IB Maqbula

Merupakan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang akan melakukan perjalanan ibadah umroh dengan angsuran tetap sampai jangka waktu yang telah ditentukan

7. KPR IB Barokah

Pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumtif) maupun renovasi, baik baru maupun tidak baru dengan kata lain (bekas), dilingkungan *developer* maupun *nondeveloper*, sesuai dengan prinsip syariah.

8. Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik

Memberikan fasilitas kepada nasabah yang membutuhkan manfaat atas barang (sewa) dengan pembayaran tangguh, dengan opsi memiliki dikemudian hari. Objek sewa diantaranya *property* (rumah, ruko, Gudang) dan peralatan medis, industry / mesin dan alat-alat transportasi.

9. Pembiayaan Investasi Dan Modal Kerja

Pembiayaan Investasi Merupakan fasilitas yang penggunaanya ditujukan untuk membiayai investasi atau pengadaan barang-barang modal yang tidak habis dipakai dalam siklus usaha dengan menggunakan prinsip Murabahah, Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT) serta Qardh.

Pembiayaan Modal Kerja Fasilitas pembiayaan yang penggunaanya untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dalam rangka melaksanakan kegiatan usaha dan biasanya akan habis dalam satu siklus produksi, seperti untuk pengadaan bahan baku atau untuk membiayai kekurangan biaya operasional lain menggunakan prinsip Murabahah, Qardh, Mudharabah dan Musyarakah.

10. Pembiayaan Piutang (Anjak Piutang) IB Barokah

Jasa pengalihan penyelesaian piutang atau tagihan jangka pendek dari Korporat/Seller (Nasabah) kepada Bank yang kemudian menagih piutang tersebut kepada pihak yang berutang (Mitra Korporasi/Buyer) yang dapat disertai dengan fasilitas pembiayaan jangka pendek kepada Korporat/Seller (Nasabah) yang diperuntukan sebagai talangan atas kebutuhan likuiditas Korporat/Seller (Nasabah) senilai tagihan piutang dengan berlandaskan prinsip syariah.

11. Pembiayaan Investasi Terkait IB Barokah

Penempatan sejumlah dana yang bersumber dari pemilik dana investasi terkait yang dikelola oleh Bank sebagai jaminan atas pembiayaan yang diberikan kepada Nasabah dengan jangka waktu tertentu berdasarkan akad *mudharabah muqayyadah*.

12. Linkage BPRS

Otoritas jasa keuangan mengeluarkan daftar Alamat kantor pusat bank pembiayaan rakyat syari'ah (BPRS). Sesuai fungsinya, BPRS adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu-lintas pembayaran.

3. Akad Mudharabah

Secara etimologis, mudharabah berasal dari kata *al-dharb* yang berarti bepergian atau berjalan. Selain *al-dharb* disebut juga *qiradh* dari *al-qardhu* berarti *al-qath'u* (potongan).²⁷ Makna keduanya memiliki relevansi satu sama lain, yaitu : Pertama karena yang melakukan usaha *yadhrib fil ardhi* (berjalan dimuka bumi) dengan bepergian untuk berdagang, maka ia berhak mendapat keuntungan karena usaha dan kerjanya. Kedua karena masing-masing orang yang berserikat *yadhribu bisahmin* (mengambil bagian dalam keuntungan).²⁸

²⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Mualamah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 135.

²⁸ Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Profit Margin Pada Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), Cet ke-2, hlm.36.

Menurut terminologis, mudharabah diungkap secara bermacam-macam oleh para ulama madzhab. Diantaranya menurut madzhab Hanafi, “suatu perjanjian untuk bersekutu di dalam keuntungan dengan modal dari salah satu pihak dan kerja (usaha) dari pihak lain.” Sedangkan madzhab maliki mendefinisikan sebagai penyerahan uang dimuka oleh pemilik modal jumlah uang yang ditentukan kepada seseorang yang akan menjalankan usaha dengan uang tersebut dan imbalan Sebagian dari keuntungannya.²⁹

Dalam akad ini, pemilik modal menyediakan dana, sementara pengelola modal bertanggung jawab untuk mengelolanya dengan tujuan memperoleh keuntungan. Keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut kemudian dibagi sesuai dengan kesepakatan awal yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Pemahaman dasar dari mudharabah mencerminkan prinsip keadilan dan keberimbangan antara pemilik modal, yang berkontribusi dengan modal, dan pengelola modal, yang memberikan keterampilan dan usaha untuk mengelolanya. Dalam mudharabah, risiko dan keuntungan dibagikan antara keduanya sesuai dengan proporsi yang telah disepakati sebelumnya.

Konsep mudharabah juga memperkuat nilai-nilai etika bisnis Islam, di mana transparansi, tanggung jawab, dan kepercayaan antarpihak menjadi landasan utama. Oleh karena itu, mudharabah

²⁹ Naf’An, *pembiayaan mudharabah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, hlm 113.

bukan hanya sebuah perjanjian finansial, tetapi juga menciptakan dasar bagi hubungan kemitraan yang saling menguntungkan dalam konteks ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Dalam jual beli mudharabah ini adanya kesepakatan yang dilakukan di awal dalam bentuk akad atau perjanjian kerjasama dalam sistem keuangan Islam antara dua belah pihak, yaitu pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola modal (*mudharib*). Yang mana mempunyai tujuan memperoleh keuntungan yang akan diperoleh dari usaha tersebut kemudian dibagi sesuai dengan kesepakatan awal yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Akad pembiayaan mudharabah adalah pembiayaan yang dilakukan oleh pihak Bank Jatim Syari'ah Kota Kediri Jawa Timur untuk membiayai 100% kebutuhan dana dari suatu proyek usaha tersebut, sementara anggota sesuai dengan keahlian yang dimilikinya akan menjalankan proyek/usaha tersebut dengan sebaik-baiknya, sedangkan apabila mengalami kerugian ditanggung oleh pihak Bank Jatim Syari'ah Kota Kediri Jawa Timur selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian si anggota³⁰.

Secara umum, landasan dasar Syari'ah al-mudharabah lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha, sebagai firman Allah dalam QS. Al-Muzammil: 20.

³⁰ Neneng Nurhasanah, Mudharabah., hlm 78.

Artinya: Dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari Sebagian karunia Allah SWT (Al-Muzammil:20).³¹

Yang menjadi wajhud-dilalah atau argument dari surat Al-Qur'an Muzammil: 20 adalah adanya kata yadhribun yang sama dengan akar kata *mudharabah* yang berarti melakukan perjalanan usaha.

4. Jenis- Jenis Pembiayaan Mudharabah

Secara umum, mudharabah terbagi menjadi dua jenis, mudharabah muthlaqah dan mudharabah muqayyadah.

a. Mudharabah Muthlaqah

Yang dimaksud dengan transaksi mudharabah muthlaqah adalah suatu bentuk kerja sama antara shahibul maal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqih ulama salafus sholeh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if'al ma syi'ta* (lakukanlah sesukamu) dari shahibul maal ke mudharib yang memberi kekuasaan yang sangat besar.

b. Mudharabah Muqayyadah

Mudharabah Muqayyadah atau disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah/specified mudharabah* adalah kebalikan dari mudharabah muthlaqah si mudharib dengan Batasan jenis usaha, waktu atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali

³¹ Departemen Agama RI, Al- qur'an dan terjemahan, (Jakarta: Al-Huda, 2002). Hlm 990.

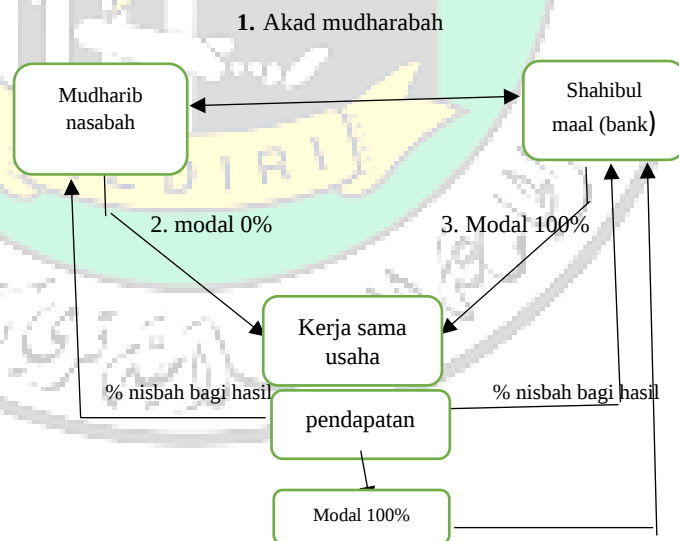
mencerminkan kecenderungan umum si shahibul maal dalam memasuki jenis dunia usaha.³²

5. Rukun Mudharabah

- Pemilik modal maupun pelaksana usaha (pelaku)
- Modal kerja (objek mudharabah)
- Persetujuan antara dua belah pihak (ijab qobul)
- Nisbah keuntungan.³³

6. Skema Pembiayaan Mudharabah

Gambar 2.1 skema pembiayaan mudharabah



³² Muhammad Syafii Antonio, Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktik, hlm 97.

³³ Adiwarman Karim, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011) hlm 205.

Keterangan:

1. Bank Jatim Syari'ah (shahibul maal) dan nasabah mudharib menandatangani akad pembiayaan mudharabah.
2. Bank Jatim Syari'ah menyerahkan dana 100% dari kebutuhan proyek usaha/koperasi.
3. Nasabah tidak menyerahkan dana sama sekali, namun melakukan pengelolaan proyek/koperasi yang dibiayai 100% oleh bank.
4. Pengelolaan proyek usaha/koperasi dijalankan oleh mudharib. Bank Jatim Syari'ah tidak ikut campur dalam manajemen perusahaannya / pengelolaan dananya.
5. Hasil usaha di bagi sesuai dengan nisbah yang telah diperjanjikan dalam akad mudharabah.

Presentase tertentu menjadi hak Bank Jatim Syari'ah dan sisanya diserahkan kepada nasabah. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh mudharib, maka akan semakin besar pendapatan yang diperoleh Bank Jatim Syari'ah dan mudharib.

7. Landasan Hukum Produk Akad Muddharabah

Secara gamblang Al-Qur'an tidak pernah membicarakan tentang mudharabah meskipun mudharabah menggunakan akar kata "*daraba*" (memukul), "*yadribu*" (sedang memukul), "*dorban*" (yang dipukul) Al-Qur'an mengambil akar kata "*daraba*"³⁴ menjadi kata mudharabah sebanyak lima puluh delapan kalikum mudharabah.

ada beberapa ayat Al-Qur'an, Hadits, dan Qiyas yang menjadi pedoman bagi Dewan Syari'ah Nasional-Majelis Ulama Indonesia menerbitkan fatwa mudharabah. Fatwa itu dibentuk demi keberlangsungan hidup masyarakat untuk membantu meningkatkan kesejahteraan.

1. Al-Qur'an

Hukum mudharabah menurut jumhur ulama pada dasarnya adalah boleh selama dilaksanakan sesuai dengan ketentuan Syari'at baik yang terdapat di dalam Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma', dan Qiyas.

Menurut ulama fikih, mudharabah dilandaskan berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah dan Ijma' dan Qiyas. Dalil al-qur'an yng mendasari hukum mudharabah diantaranya sebagai berikut:

- a. Firman allah QS An-Nisa (4):29

³⁴ Mahmud Yunus, Kamus Arab Indonesia, (Jakarta: Hidayat Karya Agung, 1990), hlm 182.

Artinya: “hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela di antaramu”

b. Firman Allah QS Al-Baqarah (2): 275

Artinya: “dan Allah telah menghalalkan jualbeli dan mengharamkan riba.”

2. Al Hadits

a. Hadits Riwayat Ibnu Majah

بْنِ الرَّحْمَنِ عَبْدُ عَنْ الْقَاسِمِ بْنِ نَصْرٍ حَدَّثَنَا الْبَزَّازُ ثَابِتٌ بْنُ بِشْرٍ حَدَّثَنَا الْحَلَّالُ عَلِيُّ بْنُ الْحَسَنِ حَدَّثَنَا
إِلَى الْبَيْعِ الْبَرَكَةُ فِيهِمْ ثَلَاثٌ وَسَلَّمْ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولُ قَالَ قَالَ أَبِيهِ عَنْ صُهَيْبٍ بْنِ صَالِحٍ عَنْ دَاوُدَ
لِلْبَيْعِ لَا لِلْبَيْتِ بِالشَّعِيرِ الْبُرِّ وَأَخْلَاطُ وَالْمُقَارَضَةُ أَجَلٍ

Telah menceritakan kepada kami [Al Hasan bin Ali Al Khallal]
berkata, telah menceritakan kepada kami [Bisyr bin Tsabit Al Bazzar]
berkata, telah menceritakan kepada kami [Nashr bin Al Qasim] dari
['Abdurrahman bin Dawud] dari [Shalih bin Shuhaib] dari [Bapaknya]
ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Tiga
hal yang di dalamnya terdapat barakah; jual beli yang memberi tempo,
peminjaman, dan campuran gandum dengan jelai untuk di konsumsi
orang-orang rumah bukan untuk dijual." (HR. Ibnu Majah no. 2280,
Kitab at Tijarah).

3. Ijma

Selain ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadits di atas, kebolehan mudharabah juga didasarkan pada Ijma'. diriwayatkan, bahwa sejumlah sahabat menyerahkan (kepada anggota, mudharib) harta anak yatim sebagai mudharabah dan tidak ada seorang pun mengingkari mereka karena hal itu dipandang sebagai Ijma'. Sebagian ulama juga mendasarkan mudharabah ini dengan diqiyaskan pada transaksi musaqah.³⁵

4. As sunnah

Hadits yang diriwayatkan oleh Ibn Majah dari shuhaib bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda:

“Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).

C. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Jika ingin berhasil, jangan takut untuk berfikir besar maka dari itu mulailah bertindak berdasarkan tujuan. Kebanyakan manusia sering kali melewatkan hal-hal yang senestinya dilakukan dan melakukan hal-hal

³⁵ Al-Ijma', Muhammad Fu'ad Abdul, Hadits Riwayat, Shahih Bukhari Muslim. Kitab Bulughul Mahrom mudhrabah -antara-fikih-dan-praktek.2013.

yang mestinya tidak dilakukan. Hal ini terjadi karena Sebagian dari kita merumuskan tujuan dari setiap Langkah yang di ambil sehingga seringkali tersesat ditengah perjalanan dan hanya berputar-putar. Prinsip ini juga berlaku dalam organisasi. Untuk membangun sebuah organisasi ataupun menjalankannya dengan membuat program-program setiap organisasi harus merumuskan jati dirinya dan memetakan diri dan lingkungannya. Selalu dibutuhkan upaya untuk memusatkan konsentrasi organisasi pada satu atau beberapa bidang tertentu. Hal ini akan memudahkan organisasi untuk melihat apa yang diinginkan, bagaimana cara mencapainya, dan melakukan evaluasi sejauh manakah hal tersebut terlaksana.

Semua proses ini dapat di sebut sebagai proses manajemen. Proses ini adalah proses yang holistik, melibatkan banyak sisi yang akan saling berinteraksi. Sebagai Langkah awal dari proses ini Langkah teknis yang dapat dipelajari adalah bagaimana kita mampu memetakan masalah dengan sebuah metoda Analisa tertentu dan metode tersebut adalah analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan suatu Analisa yang dicetuskan Albert Humphrey pada tahun 1960-1970. Analisis SWOT ini mengidentifikasikan beberapa faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi Perusahaan. Untuk merumuskan strategi Perusahaan maka diperlukan pengembangan misi, tujuan, strategi dan

kebijakan Perusahaan baik kondisi internal maupun eksternal karena hal ini sebagai acuan dalam perencanaan strategi yang akan datang.³⁶

Pada dasarnya, analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu strengths, weaknesses, opportunities dan threats. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Instrumen ini memudahkan para praktisi untuk menentukan apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka.³⁷

a. Strength (kekuatan) merupakan sumber daya, keunggulan maupun keterampilan yang berkaitan dengan kompetitor perusahaan serta kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan. Kekuatan atau strength menjadi kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi Bank Jatim syariah. Kekuatan dapat termuat dalam image produk yang positif di tengah masyarakat, teknologi yang digunakan dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi,

³⁶ Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), hlm. 19-20.

³⁷ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hlm. 7.

kepemimpinan pasar yang tinggi serta mayoritas umat Islam di wilayah perusahaan beroperasi. Kekuatan meliputi: produk pembiayaan kompetitif, kualitas pembiayaan yang bagus, pimpinan dana manajemen supportif dan perbankan murni syariah.

- b. Weakness (kelemahan) merupakan faktor keterbatasan atau kekurangan sumber daya keterampilan yang dapat menghambat kinerja perusahaan. Kelemahan meliputi beberapa hal seperti image produk yang ditawarkan masih lemah, kurangnya variasi produk sesuai kebutuhan masyarakat, serta keterampilan pemasaran. Kelemahan yang dimiliki antara lain: pricing lebih mahal, persyaratan dan proses pemberian pembiayaan.
- c. Opportunity (peluang) merupakan situasi yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Beberapa contoh peluang antara lain, adanya Fatwa Majelis Ulama Indonesia terkait bunga bank haram, preferensi nasabah sangat positif terhadap penerapan prinsip syariah, sehingga menjadi potensi pengembangan bisnis ke depan serta menjadi peluang bagi Bank Jatim syariah. Peluang yang dimiliki antara lain meliputi: penyaluran pembiayaan syariah, kebutuhan masyarakat akan pembiayaan baik produktif maupun konsumtif.
- d. Threat (ancaman) merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan dalam menjalankan usaha bisnis. Bentuk ancaman dapat berupa persaingan, pilihan produk bank pesaing yang lebih variatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar serta memiliki keunggulan

komparatif dapat menjadi ancaman yang ditemukan Bank Jatim Syari'ah.

Analisis SWOT menjadi strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya saing Bank Jatim Syari'ah dalam menghadapi persaingan dengan Bank-Bank yang lain. Dengan adanya penyusunan penerapan strategi SWOT perusahaan dapat digunakan untuk menentukan arah kebijakan serta strategi yang akan digunakan, agar dapat meningkatkan daya saing Bank Jatim Syari'ah serta kegiatan bisnis dapat berjalan lancar, lebih kuat dalam mencapai suatu tujuan perusahaan.³⁸

2. Manfaat Dan Tujuan Analisis SWOT

a) Manfaat Analisis SWOT

Analisa SWOT bermanfaat apabila telah secara jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi, dan arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. dari hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran-sasaran perusahaan selama 3-5

³⁸ Nur Muhamad Fauzin, Lilik Rahmawati, "Analisis SWOT Produk Pembiayaan di Bank Muamalat pada Masa Pandemi", Jurnal Perbankan Syariah, Vol. 3, No. 1, ISSN: 2721-6241, 2022, 19-20.

tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan dari para stakeholder.³⁹

b) Tujuan Analisis SWOT

Untuk mengetahui kelemahan perusahaan dan menciptakan kelemahan itu menjadi suatu kekuatan, serta mencoba menghilangkan ancaman untuk dijadikan suatu peluang, maka perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui penelaahan terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistis dalam mewujudkan misi dan visinya, maka Tujuan analisa SWOT adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan atau dihadapi perusahaan. Bila pihak perusahaan telah menjalankan analisis SWOT dari pemmusan masalah, hal tersebut bisa dijadikan dasar dalam membuat keputusan atau jawaban agar permasalahan berjalan dengan baik, untuk itu permasalahan harus bisa mengolah dan mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik.

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang banyak digunakan dalam dunia bisnis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh suatu

³⁹ Jazuli Syauqi, "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan pada BMT El-Syifa Ciganjur", Jakarta, 2016.

perusahaan atau organisasi. SWOT sendiri adalah singkatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis ini penting dilakukan untuk membuat strategi bisnis yang efektif dan menghadapi persaingan di pasar yang semakin ketat.

Banyak perusahaan, termasuk Bank Jatim Syari'ah Kota Kediri Jawa Timur, menggunakan analisis SWOT sebagai alat pengambilan keputusan. Bank Jatim Syari'ah Kota Kediri Jawa Timur merupakan salah satu Bank besar di Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1961. Dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, Bank Jatim Syari'ah Kota Kediri Jawa Timur perlu melakukan analisis SWOT untuk mengetahui posisi dan kondisi perusahaan saat ini serta mencari peluang-peluang baru yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan bisnis di masa depan.

Oleh karena itu, perencanaan strategis harus mengevaluasi faktor-faktor strategis perusahaan - kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman - dalam konteks lingkungan saat ini.

3. Indikator SWOT

Indikator dari analisis SWOT terdiri dari 4 perspektif yaitu:

a. Strengths (kekuatan)

Adalah sesuatu yang selama ini menjadi kekuatan utama (internal sesuatu yang dapat di pengaruhi secara langsung) dari dulu sampai sekarang.

b. Weaknesses (kelemahan)

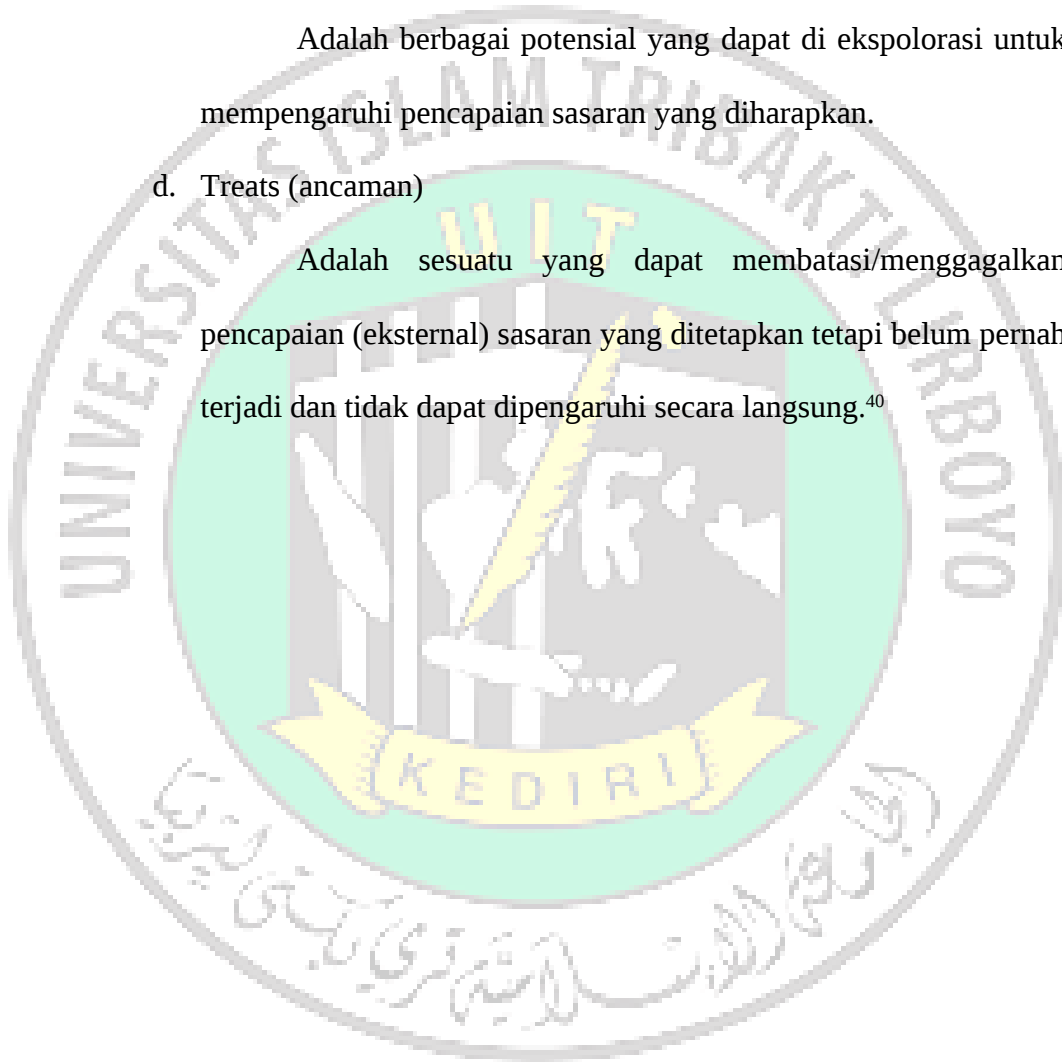
Adalah suatu yang menjadi kelemahan utama (internal) dari dulu sampai sekarang

c. Opportunities (peluang)

Adalah berbagai potensial yang dapat di eksplorasi untuk mempengaruhi pencapaian sasaran yang diharapkan.

d. Treats (ancaman)

Adalah sesuatu yang dapat membatasi/menggagalkan pencapaian (eksternal) sasaran yang ditetapkan tetapi belum pernah terjadi dan tidak dapat dipengaruhi secara langsung.⁴⁰



⁴⁰ Gaspersz Vincent, "Total Quality Manajemen: Untuk Praktisi Bisnis dan Industri", Bogor, 2011