

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Bank pada dasarnya adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Dana dari masyarakat disimpan dalam bentuk rekening giro, deposito dan tabungan kemudian dihimpun dan di kelola oleh bank dari Pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa fungsi bank adalah sebagai lembaga perantara yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.¹

Menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 berdasarkan prinsip operasional bank dibedakan menjadi dua, yakni Bank Konvensional yang mendasarkan pada prinsip bunga dan berdasarkan prinsip syariah atau yang kemudian lazim dikenal dengan Bank Syariah.² Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya yang berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, universalisme, serta tidak mengandung gharar, riba, zalim

¹ Wansawidjaya Z. "Pembiayaan Bank Syariah" (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama. 2012) h.1

² Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, "Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia", (Jakarta PT. Raja Grafindo Persada, 2017) h. 1

dan objek yang haram. UU perbankan syariah juga mengamanahkan untuk menjalankan fungsi sosial seperti lembaga *baitul mal*. Yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq sedekah, dll.³

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk memperlancar mekanisme perekonomian terutama sektor rill. Pada umumnya pengertian bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Bank Syariah atau juga dikenal sebagai bank islam memiliki system operasi dimana tidak mengandalkan pada bunga. Bank islam biasa disebut dengan bank tanpa bunga ini, bisa dikatakan sebagai lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandasan pada Al-Qur'an dan Hadist. Sehingga dapat dikatakan bahwa Bank Islam adalah keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lau lintas pembyaran serta peredaran uang yang beroperasinya disusaikan dengn prinsip syariat Islam.⁴

b. Fungsi Perbankan Syariah

Secara garis besar terdiri empat fungsi utama yaitu, fungsi bank syariah sebagai manajemen investasi, fungsi bank syariah sebagai *intermediary agent*, fungsi bank syariah sebagai jasa-jasa keuangan, fungsi bank syariah sebagai jasa sosial.⁵

1) Fungsi bank syariah sebagai manajemen investasi

Dalam hal inibank syariah membantu masyarakat untuk menyalurkan dananya dalam sebagai macam *alternative*

³<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-danKelembagaan.aspx>
/10/Maret/21 pukul19.45

⁴ Fetria Eka Yudiana "Manajemen Pembiayaan Bank Syariah" (Jawa Tengah, STAIN Salatiga Press, 2014) h.2

⁵ Fetria Eka Yudiana "Manajemen Pembiayaan Bank Syariah" (Jawa Tengah, STAIN Salatiga Press, 2014) h.3

investasi yang halal. Bank syariah dapat melaksanakan fungsi ini berdasarkan kontrak mudharabah atau kontrak perwakilan. Berdasarkan kontrak mudharabah, bank berada dalam kapasitas sebagai mudharib, yaitu pihak yang melaksanakan investasi dana dari pihak lain, sehingga bank berhak menerima presentase keuntungan hanya jika proyek investasi yang dijalankannya mendapatkan keuntungan. Namun jika terjadi kerugian maka sepenuhnya akan menjadi risiko dana shahibul mal dan bank syariah tidak ikut menanggungnya.

2) Fungsi Bank Syariah sebagai Intermediary agent

Menurut pasal 4 UU Perbankan Syariah no.21 tahun 2008 bank syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Bank syariah akan ingin vestasikan dana yang dihimpun dari masyarakat pada dunia usaha baik itu sebagai dana modal maupun sebagai dana rekening investasi, dengan menggunakan alat-alat investasi yang sesuai dengan syariah Islam. Dalam menjalankan fungsi ini bank syariah hanya bertindak sebagai perantara antara pihak yang kelebihan dana dan ingin menginvestasikan dananya dengan pihak yang memerlukan dana. Kontrak yang dapat digunakan untuk menjalankan fungsi ini adalah kontrak murabahah, musyarakah, bai' as salam, bai' al ishtina dan ijarah.⁶

3) Fungsi Bank Syariah sebagai Jasa Keuangan

Bank syariah juga dapat menawarkan beberapa jasa keuangan dan mendapatkan upah/fee based dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan. Beberapa contoh produk bank syariah dalam menjalankan fungsi jasa yaitu seperti garansi, transfer kawat, dan sebagainya.

⁶ Fetria Eka Yudiana "Manajemen Pembiayaan Bank Syariah" (Jawa Tengah, STAIN Salatiga Press, 2014) h.5

4) Fungsi Bank Syariah sebagai Jasa Sosial

Menurut pasal 4 UU Perbankan Syariah no. 21 tahun 2008 fungsi social bank syariah dalam bentuk lembaga baitul mal, yang menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat. Konsep perbankan syariah mengharuskan bank islam melaksanakan fungsi jasa social yaitu bisa melalui dana Qardh pinjaman kebaikan, zakat atau dana social yang sesuai dengan ajaran Islam. Konsep perbankan syariah juga mengharuskan bank syariah memainkan peran dalam pengembangan sumber daya insani dan menyumbang dana bagi pemeliharaan serta pengembangan lingkungan hidup.

2. Strategi Pemasaran

a. Pengertian pemasaran

Pemasaran merupakan proses manajeral yang menjadikan individu atau kelompok mendapatkan yang di inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai produsen sampai konsumen. Pemasaran suatu barang atau produk memiliki secara umum memiliki sasaran. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Sehingga suatu manajemen pemasaran tidak hanya tidak menyampaikan produk atau jasa hingga sampai kepada konsumen.⁷

⁷ Heri sudarsono “Buku Ajar: Manajemen Pemasaran” (Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi, 2020)h. 3

Pemasaran dalam Islam merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari dan mengarahkan proses perencanaan dalam penciptaan, penawaran, dan penyampaian nilai produk (ide, barang, jasa) dengan tingkat harga dan saluran yang dapat memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan (individu atau organisasi) serta promosi yang sesuai dengan kebenaran wahyu Allah SWT (Al-Qur'an) dan Sunnah Rasulullah SAW.⁸

Adapun pemasaran dalam perspektif islam yang meliputi sifat-sifat Rasulullah SAW antara lain:

1) Siddiq

Sifat wajib yang dimiliki Rasul yang pertama adalah As-Siddiq yang berarti selalu benar atau jujur. Sesuai Rasul Allah SWT tidak pernah berbohong baik kepada Allah SWT ataupun kepada Manusia Lainnya semua perkataan yang terucap darimulut rasullullah selalu benar.

2) Amanah

Amanah artinya dapat dipercaya. Mereka dapat dipercaya untuk menyampaikan seluruh pesan yang diperintah oleh Allah, tanpa ditambah atau dikurangi

3) Tabliq

Tabliq artinya menyampaikan wahyu. Seorang rasul adalah menyampaikan wahyu Allah kepada manusia. Seklipun untuk menyampaikannya sangat pahit, bahkan mendapat rintangan berat.

4) Fatanah

⁸ Desy Putri Pratiwi, "Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah Di PT. BNI Syariah Kantor Cabang X. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa" Vol.9 No.1, 2016

Fatanah artinya cerdas. Dengan kecerdasannya mereka dapat memberikan keterangan secara benar sehingga manusia dapat mengerti dan memahami hal yang diajarkan.⁹

Strategi pemasaran adalah pemasaran yang berusaha menanamkan perusahaan dan produknya dibenak pelanggan.¹⁰ Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh profit, tetapi juga untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang.

Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah tersebut harus sesuai dan dapat dikembangkan sesuai dengan perkembangan lingkungan pasar. Sehubungan dengan itu, strategi pemasaran Bank Syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk atau jasa ditujukan pada peningkatan penjualan. Strategi pemasaran harus menjadi perhatian Bank Syariah agar karyawan menjadi lebih terinovasi untuk meningkatkan kinerja di dalam bidang pemasaran. Selain itu juga dalam menerapkan strategi pemasaran, Bank Syariah dapat lebih banyak menarik minat nasabah agar menggunakan produk-produk Bank Syariah.¹¹

Dalam praktiknya terdapat beberapa tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran antara lain:

- 1) Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa.
- 2) Dalam rangka memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.
- 3) Dalam rangka memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya.

⁹ <https://news.detik.com> diakses pada tanggal 22 juni 2020 pukul: 14:35

¹⁰ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, “manajemen Bisnis Syariah”, (Bandung: Alfabeta, 2016) h.352

¹¹ Muhammad, “Manajemen Bank Syariah Edisi Kedua”. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2018) h.125

- 4) Dalam rangka meningkatkan penjualan dan laba.
- 5) Dalam rangka ingin menguasai pasar dan menghadapi persaingan.

b. Kebijakan Strategi Pemasaran

Adapun cara-cara yang dilakukan Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan Katamso agar pelayanan dan jasa dapat dikenal di masyarakat adalah sebagai berikut:

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan yang diterapkan Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan Katamso media masa. Alat yang digunakan dalam beriklan antara lain:

- a) Pemberian brosur mengenai semua produk pembiayaan dan tabungan
- b) Pemberitaan melalui surat kabar lokal, yaitu harian waspada
- c) Menggunakan media sosial dan website
- d) Spanduk yang diletakkan ditempat strategis

2) *Sales Promotion*

Adapun kegiatan *sales promotion* yang digunakan Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan Katamso yaitu: pemberian hadiah berupa payaung, botol air minum, jam, gantungan kunci dan kaos yang bertanda logo Bank Sumut Syariah

3) Dari Mulut Kemulut

Pemasaran dari mulut ke mulut sangatlah efektif dilakukan oleh lingkungan masyarakat. Hal inilah salah satu cara promosi yang dilakukan Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan Katamso sehingga memberikan motivasi untuk memberikan layanan yang baik untuk nasabah nya sesuai dengan motto dari Bank Sumut Syariah “Memberi Layanan Yang Terbaik”

4) Meningkatkan NOA (*Number Of Account*)

Perusahaan menggunakan strategi ini dikarenakan masyarakat atau perusahaan sulit untuk menabung dana, jadi perusahaan memperbanyak orang yang menabung jika sebelumnya perusahaan memfokuskan kualiti contoh 1 orang menabung Rp.10.000.000.000 namun sekarang sekarang perusahaan memfokuskan kuantiti nya, contoh ada 100 orang dengan menabung Rp.10.000.000 jadi perusahaan lebih kuat dengan dana tersebut itulah membuat perusahaan bertahan dalam pandemi ini. strategi ini dilakukan diperkumpulan-perkumpulan seperti sekolah-sekolah, pesantren dan *payroll* perusahaan.

3. Virus Covid-19

a. Perkembangan Covid-19

Pada saat ini dunia sedangkan mengalami fenomena yang luar biasa tak terkecuali negeri kita Indonesia, fonomena tersebut adalah *pandemic corona virus (Covid-19)*. Manusia merupakan mahluk sosial yang memungkinkan saling berinteraksi secara langsung sehingga tingkat penyebaran pandemi *Covid-19* semakin pesat. Karena adanya virus ini, aktivitas masyarakat di berbagai Negara jadi terganggu sehingga membuat masyarakat di dunia harus tetap diam dirumah untuk memutus mata rantai virus corona agar tidak semakin menyebar. Sehingga Pemerintah tengah menyiapkan aturan karantina kewilayahan atau lockdown untuk memutuskan matarantai penyebaran virus *Covid-19*.

Adanya karantina wilayah menyebabkan produk tidak terdistribusi dengan baik. Hal ini menyebabkan sistem keuangan tergerus, termasuk bunga yang ada di Bank Konvensional. Sebagimana instruksi Gubernur Bank Indonesia (BI), Perbankan diharap segera menurunkan bunga kredit. Lalu perekonomian di berbagai dunia juga

semakin menurun karena adanya virus ini. Asian Development Bank (ADB) memprediksi pertumbuhan ekonomi nasional hanya sebesar 2,5% pada tahun 2020 atau terpengkas setengahnya setelah pada tahun 2019 tumbuh 5,0%. Hal ini disebabkan oleh pandemi virus corona yang menjangkiti berbagai wilayah nusantara.¹²

Covid-19 saat ini menjadi isu kesehatan yang paling mengkhawatirkan di penjuru dunia, termasuk diantaranya di Indonesia. Penanggulangan yang dilakukan suatu daerah bahkan suatu negara dilakukan sebagai upaya untuk meminimalisir penyebaran penyakit tersebut salah satunya adalah dengan kebijakan Lock down.

Terlebih lagi penyebaran virus *Covid-19* yang sangat cepat ke negara-negara lainya termasuk Indonesia juga memperparah keadaan ekonomi. Pasalnya pemerintah telah mengeluarkan sejumlah kebijakan yang digunakan untuk memutus rantai penyebaran virus *Covid-19* seperti pembatasan sosial dan penutupan sejumlah perusahaan yang membuat masyarakat membatasi tingkat konsumsinya karena minimnya pemasukan atau bahkan sama sekali tidak ada pemasukan sementara kebutuhan sehari-hari terus berjalan. Begitu banyak dampak yang di timbulkan oleh pandemi *Covid-19* dalam berbagai sektor dan aspek seperti aspek sosial, aspek pendidikan, aspek ekonomi dan tak terkecuali sektor keuangan perbankan syariah.¹³

b. Dampak Covid-19 Terhadap Bank Umum Syariah

Covid-19 memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian dunia tak terkecuali Indonesia. Ekonomi global mengalami penurunan, menyusul penetapan dari Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) yang menetapkan bahwa wabah *Covid-19*

¹² Matdio Siahaan “Dampak Pandemi Ekonomi Terhadap Dunia Pendidikan” Edisi Khusus No. 1 (Juli 2020)

¹³ Sumadi, “menakar dampak fenomena pandemi covid-19 terhadap perbankan syariah”, vol 3 No.2, 2020

sebagai pandemi yang mempengaruhi dunia usaha. Dampak terbesarnya ada pada proses produksi, distribusi, dan konsumsi akibat tingkat penularan virus yang menyerang aspek *fundamental* dari seluruh aktivitas manusia, sehingga memaksa pemerintah menerapkan kebijakan *social distancing*.

Dampak dari pandemi covid-19 sangat terasa pada sektor Bank Umum Syariah memiliki banyak tantangan yang cukup besar di masa pandemi covid-19 ini. Kondisi ini memberikan dampak yang mengkhawatirkan terhadap Bank Umum Syariah di Indonesia yang di akibatkan oleh pandemi covid-19. Dampak yang dirasakan oleh Bank Umum Syariah yaitu, terhadap kinerja keuangan dan aktivitas bisnis yang mempengaruhi tingkat efisiensi Bank Umum Syariah di Indonesia.

Tabel 2.1, Bank Umum Syariah di indonesia

No	Bank Umum Syariah	Tahun Operasi
1	PT. Bank Muamalat Indonesia	1992
2	PT. Mandiri Syariah	1999
3	PT. Bank Mega Syariah Indonesia	2004
4	PT. Bank BRI Syariah	2008
5	PT. Bank Syariah Bukopin	2008
6	PT. Bank Panin Dubai Syariah	2009
7	PT. Bank Victoria Syariah	2010
8	PT. Bank Jabar Banten Syariah	2010
9	PT. Bank BNI Syariah	2010
10	PT. Bank BCA Syariah	2010
11	PT. Bank NET Indonesia Syariah	2010
12	PT. Bank BTPN Syariah Tbk	2014

Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK, Juni 2020

Tabel 2.2, Tingkat Efisiensi Bank Umum Syariah di Indonesia

Nama Bank Umum Syariah	Tingkat Efisiensi Pertahun	
	2019	2020
PT. Bank BRI Syariah	100	81,1
PT. Mandiri Syariah	96,8	86,6
PT. Bank BNI Syariah	100	100
PT. Bank Muamalat Indonesia	100	100

PT. Bank Mega Syariah Indonesia	100	100
PT. Bank BTPN Syariah Tbk	100	100
PT. Bank BCA Syariah	100	100
PT. Bank Syariah Bukopin	98,7	100

Sumber: Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam Vol.4, No.1, Januari 2021

Berdasarkan tabel 2.2 diatas dapat kita lihat tingkat efisiensi kinerja keuangan Bank Umum Syariah pada tahun 2019 terdapat 7 Bank Umum Syariah yang mencapai tingkat efisiensi 100% dengan pencapaian rata-rata tahun 2019 (99,5%). Sedangkan pada tahun 2020 terdapat 7 Bank Umum Syariah yang mencapai tingkat efisiensi 100% akan tetapi pencapaian tahun 2020 mengalami penurunan dengan rata-rata (96,4%) mengalami Penurunan sebesar 3,1% dari tahun 2019.¹⁴

Pertama, dampak covid-19 terhadap kinerja keuangan dapat dilihat dari hasil penelitian menunjukan terdapat 2 Bank Umum Syariah yang terdampak terhadap kinerja keuangan sehingga belum mampu mencapai tingkat efisiensi. Faktor yang mempengaruhi yaitu, pendapatan dari pembiayaan yang mengalami kemacetan pembayaran pembiayaan dikarenakan pelaku usaha mitra dari bank syariah seperti sektor UMKM maupun non UMKM terdampak akibat pandemi covid-19.

Kedua, Covid-19 memberikan dampak pada aktivitas bisnis Bank Umum Syariah di Indonesia yaitu, Bank Umum Syariah harus memberikan keringanan kepada pelaku Usaha UMKM dan Non UMKM berdasarkan penerbitan POJK No.11/POJK.03/2020. Kebijakan stimulus yang dikeluarkan terdiri atas kebijakan penilaian kualitas pembiayaan hanya didasarkan pada ketepatan pembayaran pokok dan margin/ bagi hasil/ ijarah dengan pembiayaan mencapai 10 Miliar dan Skema Restrukturisasi pembiayaan. Pelaku usaha yang mendapatkan perlakuan khusus

¹⁴ Asnaini "Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam" Vol.4, No.1, Januari 2021

dalam POJK tersebut adalah yang mengalami kesulitan memenuhi kewajiban pada Bank karena terkena dampak dari wabah virus Covid-19.¹⁵

Kebijakan Bank Umum Syariah yaitu memberikan relaksasi kepada nasabah terhadap fasilitas pembiayaan seperti melalui penundaan pembayaran serta pemberian keringanan margin (bagi hasil) yang kurun waktu dan syaratnya disesuaikan dengan sektor ekonomi, kriteria, dan kondisi nasabah dengan mengacu pada POJK. Bank Umum Syariah perlu menyusun strategi baru yang relevan dengan kondisi pandemi Covid-19. Peluang selalu menyertai tantangan sebagaimana tantangan yang disebabkan pandemi perlu dimanfaatkan dengan baik. Tantangan pertama, Bank Umum Syariah harus merubah pola bisnis menjadi layanan bank berbasis digital pada sisi penghimpunan dana dan pembiayaan. Kedua, mengurangi pembayaran Non Performing Financing (NPF). Ketiga, mencari alternatif pasarbaru, khususnya pasar yang tidak terdampak signifikan dari sisi ekonomi oleh pandemi Covid-19.¹⁶

4. Dana Pihak Ketiga

a. Pengertian Dana Pihak Ketiga

Dana pihak ketiga (DPK) adalah dana yang berasal dari masyarakat atau nasabah yang terdiri dari giro, tabungan dan simpanan berjangka, sertifikat deposito dan kewajiban segera lainnya. Secara teknis yang dimaksud dana pihak ketiga pada perbankan syariah adalah *giro wadiah, tabungan wadiah, deposito mudharabah*.

Dana pihak ketiga adalah dana-dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha, yang diperoleh bank dengan menggunakan berbagai

¹⁵ Evandri Notalin, Nonie Afrianty, Asnaini, "Dampak covid-19 terhadap tingkat efisiensi kinerja keuangan bank umum syariah di indonesia menggunakan pendekatan data envelopment analysis (dea)" vol 4 No.1, 2021

¹⁶ ahliani, H. "Tantangan Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19." vol 3 no2,2020

instrumen produk simpanan yang dimiliki oleh bank. Pembiayaan adalah penyediaan uang berdasarkan kesepakatan antara bank dengan nasabah untuk mengembalikan uang tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan. Pembiayaan merupakan aktivitas lainnya yang sangat penting karena dengan adanya pembiayaan akan diperoleh sumber pendapatan utama dan menjadi penunjang kelangsungan usaha suatu bank.

Salah satu sumber dana yang digunakan dalam pembiayaan antara lain dana simpanan atau dana dari nasabah (DPK). Sehingga semakin besar dana pihak ketiga yang tersedia, maka Bank Syariah akan lebih banyak menawarkan pembiayaan *musyarakah*.¹⁷

b. Macam-Macam Produk Dana Pihak Ketiga

Bank Sumut Syariah memiliki berbagai macam produk dana pihak ketiga yang bertujuan untuk memberikan pilihan kepada nasabah sesuai dengan tujuan dan kemampuan dana yang dimiliki nasabah. Lahirnya produk dana ketiga tentu saja didasarkan kecenderungan pangsa pasar yang ada.

Disamping itu lahirnya produk dana pihak ketiga harus rasional dan bisa menjawab kebutuhan nasabah. Adapun beberapa produk dana pihak ketiga adalah:

- 1) Tabungan adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu. Umumnya bank akan memberikan buku tabungan yang berisi informasi seluruh transaksi yang anda lakukan dan kartu ATM lengkap dengan nomor pribadi (PIN). Dalam perkembangannya saat ini, terhadap beberapa jenis tabungan yang tidak lagi menggunakan buku tabungan melainkan internet/Mobile Banking. Karakteristik lain dari tabungan adalah adanya setoran awal minimal saat

¹⁷ Jurnal Fitri, Maltuf. Peran Dana Pihak Ketiga Dalam Kinerja Lembaga Pembiayaan Syariah Dan Faktor-faktor Yang Memengaruhinya. Volume VII/ Edisi 1/Mei 2016

pembukaan rekening baru. Nominal besarnya tergantung masing-masing bank.

18

- 2) Giro adalah salah satu produk usaha bank dalam rangka kegiatannya menerima penyimpanan dana dari masyarakat dan pada saat ini hanya boleh dilakukan di Bank Umum. Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Giro merupakan simpanan pihak ketiga kepada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat, maksudnya bahwa uang yang sudah disimpan di rekening giro tersebut dapat ditarik berkali-kali dalam sehari, dengan catatan dana yang tersedia masih mencukupi. Kemudian juga harus memenuhi persyaratan lain yang ditetapkan oleh bank yang bersangkutan.¹⁹

Pengertian penarikan adalah diambilnya uang tersebut dari rekening giro sehingga menyebabkan giro tersebut berkurang, yang ditarik secara tunai maupun non tunai (pemindah bukuan). Penarikan secara tunai adalah dengan menggunakan cek, sedangkan penarikan non tunai adalah dengan menggunakan bilyet giro. Jenis-jenis sarana penarikan untuk menarik dana yang tertanam di rekening giro:

a) Cek

Cek adalah surat berharga atau alat transaksi pembayaran yang diterbitkan oleh bank sebagai pengganti uang tunai. Cek merupakan surat perintah tanpa syarat dari nasabah kepada bank penyimpan dana untuk membayar sejumlah tertentu pada saat ditunjukkan. Artinya bank harus membayar kepada siapa saja yang membawa cek ke Bank yang memelihara rekening nasabah untuk di

18 <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/frontEnd/CMS/Home> diakses pada tanggal 25/maret/ 2021 pukul: 21:00

19 Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 14

uangkan sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan baik secara tunai maupun atau secara pemindahbukuan.²⁰

b) Bilyet Giro

Bilyet giro merupakan surat perintah dari nasabah kepada bank penyimpan dana untuk memindahbukukan sejumlah dana dari rekening yang bersangkutan kepada rekening pemegang yang disebutkan namanya. Bilyet giro hanya dapat dibatalkan setelah berakhirnya tenggang waktu penawaran dengan surat pembatalan yang ditujukan kepada bank tertarik dengan menyebutkan nomor bilyet giro, tanggal penarikan dan jumlah dana yang dipindahkan.²¹

- 3) Deposito atau simpanan berjangka adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan. Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah uang yang tersimpan relative lebih panjang dan frekuensi penarikan yang juga jarang. Dengan demikian bank dapat leluasa menggunakan kembali dana tersebut untuk keperluan penyaluran dana.²²

Sarana atau alat untuk penarikan uang yang tersimpan di deposito sangat tergantung dari jenis depositonya. Artinya setiap jenis deposito mengandung beberapa perbedaan sehingga diperlukan sara yang berbeda pula, sebagai contoh bentuk deposito berjangka, penarikannya menggunakan bilyet deposito sedangkan untuk sertifikat deposito penarikannya melalui sertifikat deposito.

B. Kajian /penelitian terdahulu

²⁰ Ikatan Bakir Indonesia “Memahami Bisnis Bank Syariah” (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 58

²¹ Ibid h. 92

²² Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 93

Hasil penelitian terdahulu merupakan perbandingan bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini. Sebagai perbandingan untuk penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu, antara lain sebagai berikut:

1. Ditta Citra Asmara, judul penelitian ini tentang “Strategi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan interview dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Direktur Utama PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, *Customer Service* dan *Promotion Departement*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan dana pihak ketiga pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dilakukan dengan menggunakan tiga macam strategi promosi dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, melalui Periklanan (*Advertising*). Bahwa pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan strategi periklanan tumbuh sekitar 3,75%. Kedua, melalui Promosi Penjualan (*Sales Promotion*). Bahwa pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan Strategi Promosi Penjualan tumbuh sekitar 4%. Ketiga, melalui Publisitas (*Publicity*). Bahwa pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan strategi publisitas tumbuh sekitar 3 %. Ketiga strategi promosi ini terbukti mampu meningkatkan pertumbuhan DPK (Dana Pihak Ketiga) pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.
2. Deni Irwansyah, judul penelitian ini tentang “Strategi Pemasaran Bank Muamalat Cabang Palangka Raya Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yakni dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi

Subjek dari penelitian ini adalah Seksi Pemasaran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat Cabang Palangka Raya dalam meningkatkan pangsa pasar membuat dan menerapkan tiga strategi pemasaran yaitu: (1) *Customer Orientation* yaitu Bank Muamalat melakukan pendekatan dengan memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah atau masyarakat (2) Mengembangkan Layanan Berbasis Teknologi, (3) *Promotion Approach*. Pemilihan 3 strategi ini berdasarkan penilaian terhadap kekuatan yang dimiliki dan kepuasan nasabah dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat yang belum menjadi nasabah karena keunggulan dari Bank Muamalat Cabang Palangka Raya dibanding bank syariah lain telah dibuktikan. Penerapan strategi pemasaran ini membuktikan bahwa pada tahun 2013 jumlah DPK, dan pembiayaan telah memenuhi target yang diinginkan hanya dari segi asset yang tidak mencapai target. Tetapi apabila dilihat dari pangsa pasar hanya DPK yang mengalami kenaikan setelah mengalami penurunan pada tahun sebelumnya, sedangkan pangsa pasar asset dan pangsa pasar pembiayaan tetap mengalami penurunan.

3. Rara Rizka Hidayanti, judul penelitian ini tentang “Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Batang Kapas Pesisir Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Subjek dari penelitian ini adalah seksi pemasaran dan seksi operasional. Hasil penelitiannya adalah untuk melakukan kegiatan promosi dalam meningkatkan dana pihak ketiga pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Batang Kapas Pesisir Selatan telah mendorong promosi penjualan dan personal selling seperti pemberian hadiah kepada nasabah lama agar nasabah tidak berpindah kebank lain.

Ketiga penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan. Adapun persamaannya adalah ketiga kajian terdahulu diatas sama-sama membahas mengenai tentang strategi pemasaran dan dana pihak ketiga. Kemudian metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Selain itu, ketiga kajian tersebut melibatkan pegawai sebagai sumber informasi, seperti Seksi Pemasaran ataupun Seksi operasional. Dari hasil penelitian diatas juga dapat disimpulkan bahwasannya strategi pemasaran dan dana pihak tiga telah ditentukan oleh kebijakan masing-masing perusahaan.

Adapun perbedaan penelitian dengan ketiga kajian diatas terdapat pada objek penelitian, yaitu pada Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan. Perbedaan selanjutnya yaitu terdapat pada dana pihak ketiga dimasa sebelum pandemi covid-19 atau sesudah pandemi covid 19 telah mengalami penurunan atau kenaikan terhadap dana pihak ketiganya, yaitu Giro, Tabungan, dan Deposito.