

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Strategi

###### a. Pengertian Strategi

Strategi merupakan sebuah cara atau teknik dalam menciptakan sebuah rencana atau rancangan untuk mencapai sebuah tujuan agar suatu susunan cara tersebut dapat sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan dan mendapatkan hasil yang sesuai dengan target yang telah disusun. Hal tersebut sama dengan seperti memecahkan sebuah permasalahan, serta dalam memecahkan sebuah permasalahan agar dapat terselesaikan harus mempunyai strategi agar tidak terjadi kesalahan atau hal-hal yang merugikan diri sendiri dan orang lain.<sup>1</sup>

Strategi juga digunakan sebagai rencana yang tidak hanya sekedar mencapai sebuah tujuan tetapi dimaksudkan dalam hal mempertahankan keberlangsungan organisasi di dalam lingkungan yang menjadikan jalannya sebuah aktivitas organisasi tersebut. Secara umum sebuah strategi mempunyai beberapa komponen yang dapat menjadi pertimbangan dalam upaya menentukan sebuah strategi antara lain:

- a. Kompetensi yang berbeda, mempunyai sebuah arti bahwa sesuatu yang telah ada pada suatu organisasi atau perusahaan dapat menjalankan dan menjadikan secara baik dan berebeda jika dibandingkan dengan organisasi atau perusahaan lainnya.
- b. Ruang lingkup, mempunyai arti bahwa sebuah lingkungan yang melibatkan aktivitas berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan tersebut. Lokal, regional atau internasional merupakan beberapa contoh dari ruang lingkup, sehingga strategi yang digunakan dapat mencakup dan sesuai dengan tujuan organisasi atau perusahaan.
- c. Distribusi sumber daya, mempunyai arti bahwa organisasi atau perusahaan dapat memanfaatkan dan menjalankan

---

<sup>1</sup> Fitrotin Jamilah, *Strategi Penyelesaian Sengketa Bisnis* (Yogyakarta:Medpress Digital, 2014),25.

sumber daya yang ada dalam upaya menjalankan strategi sebuah organisasi atau perusahaan tersebut.<sup>2</sup>

Strategi merupakan sebuah pendekatan dengan keseluruhan yang berhubungan mengenai gagasan, perencanaan, serta eksekusi dan aktivitas dalam waktu yang telah ditetapkan. Pada strategi terdapat adanya koordinasi dengan tim kerja, mempunyai tema dalam mengidentifikasi faktor pendukungnya dan mempunyai teknik yang dipergunakan untuk mencapai tujuan secara efektif.<sup>3</sup>

Ada beberapa teori yang mendukung mengenai sebuah strategi, beberapa teori tersebut seperti yang diungkapkan oleh para ahli yaitu antara lain, menurut Alfred Chandler strategi adalah sebuah penetapan sasaran serta arahan suatu tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan agar mencapai tujuan. Adapun teori menurut Kenneth Andrew strategi merupakan suatu pola sasaran serta maksud dan tujuan sebuah kebijakan dan rencana. Rencana yang termasuk penting dalam mencapai suatu tujuan yang dinyatakan dengan cara menetapkan bisnis yang dianut dan jenis dari organisasi tersebut. Selain itu, teori yang telah diungkapkan oleh Buzzel dan Gale strategi merupakan sebuah kebijakan dan keputusan kunci yang telah dilakukan dalam manajemen dengan memiliki dampak besar kepada kinerja keuangan serta melibatkan sumber daya yang berperan penting.<sup>4</sup>

Dalam hal ini, penyusun dari sebuah strategi adalah individu yang mempunyai tanggung jawab tentang keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi atau perusahaan. Para individu penyusun strategi mempunyai wewenang atau hak dalam hal membantu perusahaan mengumpulkan, melakukan analisis serta memberikan informasi.

Berdasarkan beberapa uraian diatas dapat disimpulkan strategi merupakan sebuah rencana dari keputusan dan perilaku yang bertujuan untuk merumuskan dan menerapkan suatu strategi yang kompetitif dengan perusahaan lainnya. Dan secara umum, perusahaan dapat mengidentifikasi tentang

---

<sup>2</sup> Erni Trinawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta:Kencana,2005), 132.

<sup>3</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta:Andi,2000), 17.

<sup>4</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996)

kelebihan yang dimiliki sehingga menjadi keunggulan yang dimiliki. Bukan tidak mungkin apabila sebuah perusahaan bisa menghasilkan sebuah keunggulan tetapi kesuksesan yang benar bisa dirasakan perusahaan melalui pemanfaatan dari keunggulan yang sudah diterapkan oleh perusahaan tersebut.<sup>5</sup>

**b. Bentuk-Bentuk Strategi**

Ada beberapa bentuk dari strategi yang dapat diklasifikasikan sesuai dengan tujuannya, antara lain:

a. Strategi Pemasaran

Pendapat dari Philip Kotler mengungkapkan bahwa pemasaran merupakan sebuah proses sosial dan manajerial atas nama individu atau kelompok dalam hal mendapatkan mengenai yang dibutuhkan dan diinginkan melalui cara menciptakan dan mempertukarkan produk dengan lainnya.<sup>6</sup>

Sejatinya, pengertian mengenai konsep pemasaran memiliki persamaan pada konsep pemasaran bank. Pada konsep pemasaran (produksi) berhubungan dengan kebutuhan konsumen, pada konsep pemasaran berhubungan dengan nasabah. Dalam syariah marketing, suatu perusahaan atau organisasi tidak saja berhubungan dengan keuntungan saja, tetapi berhubungan yang mempunyai tujuan tentang keberkahan. Campuran mengenai konsep keuntungan serta keberkahan tersebut menjadikan konsep masalah pada suatu perusahaan syariah dalam hal berhubungan mengenai masalah optimal. Hal tersebut karena konsep keberkahan bagi sebagian pihak adalah konsep yang belum terarah karena belum ada pembuktian secara ilmiah, tetapi hal tersebut merupakan konsep inti pada marketing syariah yang menjadi dasar sebuah perusahaan yang berkaitan dengan syariah.<sup>7</sup>

b. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan sebuah rencana yang bertujuan dalam hal penggunaan secara optimal atau sejumlah pendukung-pendukung promosi antara lain: iklan, hubungan antara masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi produk penjualan. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh bank mempunyai tujuan sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Ichsan Setiyo Budi, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 11-12.

<sup>6</sup> Philip Kotler, Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia, 1995), 7.

<sup>7</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 11-12.

1. Memberikan informasi (*Informing*)
2. Merayu target nasabah (*Persuading*)
3. Mengingatkan (*Reminding*)

**c. Jenis-Jenis Strategi**

Macam-macam strategi yang dapat diterapkan dalam sebuah perusahaan, antara lain sebagai berikut:

1. Strategi untuk Pasar yang telah Ada atau Pasar Lama

Dalam menghadapi pasar yang lama atau sudah ada perusahaan terdapat banyak beberapa permasalahan, antara lain kesulitan dalam bahan baku, teknologi yang berubah ditambah dengan persaingan baru. Agar jumlah penjualan mengalami peningkatan dan sebuah stabilitas dalam penjualan dapat bertahan, dan menghasilkan keuntungan, maka perusahaan dalam hal ini bias memfokuskan pada strategi pemasaran terhadap pasar yang lama atau sudah ada.

2. Strategi untuk Pasar yang Baru

Dalam menghadapi sebuah pengaruh lingkungan, perusahaan membutuhkan pola pikir yang matang dalam mencari pasar baru yang menyediakan peluang dengan lebih menguntungkan.

3. Strategi Pemimpin Pasar

Pemimpin pasar ialah dimana sebuah perusahaan yang menduduki bagian pasar terbesar dalam pasar produk yang relevan, dengan hal ini perusahaan yang lain mengikuti kegiatannya dalam hal bertindak guna merubah sebuah harga, memperkenalkan produk baru, pencakupan saluran, dan intensitas promosi.

4. Strategi penantang pasar

Penantang pasar, ialah dimana sebuah perusahaan yang mempunyai semangat tinggi dalam membuat bagian pasarnya agar lebih luas lagi dengan cara menantang pemimpin pasar, dan para pesaing setingkat atau perusahaan kecil dalam sebuah industri.

5. Strategi Pengikut Pasar

Pengikut pasar, ialah dimana sebuah perusahaan posisi kedua dalam perseroan yang memilih untuk tidak menyerang, namun mengikuti saja.

6. Strategi Penggarap Relung Pasar

Relung pasar, ialah dimana sebuah perusahaan membuat pilihan untuk menjalankan aktivitas di beberapa bagian dalam pasar yang ditujukan dan yang tidak menarik sebuah minat perusahaan yang besar. Perusahaan relung pasar ingin

memasuki kesempatan pasar yang ideal, aman dan memberikan keuntungan.<sup>8</sup>

7. Strategi Pengembangan Produk

Perusahaan yang menjadikan suatu pilihan dalam mengemban produk secara substansial yang bertujuan untuk memperoleh pelanggan di pasar yang telah ada ataupun yang dimiliki oleh pesaing. Sebuah produk baru yang dikembangkan merupakan terkait dengan produk lama yang telah dimiliki oleh perusahaan selama ini. Sebuah produk yang dapat dikembangkan hanya merubah sebuah tampilan tetapi terkait dengan fitur, karakter, khas suatu produk serta identitas-identitas produk.

8. Strategi Inovasi

Strategi inovasi merupakan sebuah cara atau teknik yang digunakan untuk mencapai margin premium yang mempunyai kaitannya dengan pembuatan dan penerimaan pelanggan atas sebuah produk atau jasa baru. Sebuah inovasi dapat dilakukan dengan sebuah cara yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan sumber daya baru, memproduksi keunggulan kompetitif atau memanfaatkan sumber daya yang sudah ada dengan meningkatkan potensi untuk memberikan hasil yang lebih menguntungkan.

9. Strategi Integrasi Vertikal

Strategi integrasi vertical merupakan strategi pertumbuhan karena menciptakan sebuah usaha dengan lebih luas dengan cara ditambahnya pada bidang usaha dari perusahaan pemasok atau bidang usaha dari perusahaan distributornya.

10. Strategi Integrasi Horizontal

Strategi integrasi horizontal merupakan strategi sebuah strategi yang digunakan dalam perluasan operasinya di sebuah perusahaan dengan cara menggabungkan perusahaannya dengan perusahaan yang lainnya dalam industri dan operasi yang sama.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* (Bandung: Kencana, 2016), 10.

<sup>9</sup> Husni Mubarak, *Manajemen Strategi* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 116-124.

#### d. Manfaat Strategi

Pendapat dari David menyebutkan bahwa ada lima dari sebuah manfaat strategi yaitu antara lain meliputi:<sup>10</sup>

1. Strategi dapat melatih individu pada organisasi atau perusahaan agar dapat berfikir dengan antisipatif dan aktif.
2. Strategi dapat menjadikan sebuah komunikasi yang dapat dibutuhkan oleh organisasi atau perusahaan tersebut.
3. Strategi dapat menjadikan terjadinya komitmen manajerial.
4. Strategi dapat mengelola dan memelihara kerja para staff.
5. Suatu organisasi atau perusahaan yang telah mengimplemantasikan strategi dapat mempunyai kerja secara yang baik dalam segi finansial.

## 2. Efektivitas

### a. Efektivitas Dalam Perbankan Syariah

Menurut kamus bahasa Indonesia efektivitas baerasal dari kata efektif yang mempunyai arti “mempunyai nilai efektif, pengaruh atau akibat, biasa diartikan sebagai aktivitas yang dapat memberikan hasil yang dapat memuaskan”.<sup>11</sup>

Sedangkan menurut istilah efektivitas merupakan sebuah cara dalam kegiatan yang telah direncanakan oleh suatu organisasi guna melaksanakan sebuah tindakan yang dilakukan pada sebuah organisasi tersebut yang dimaksudkan supaya dapat tercapai dan terwujud berdasarkan dengan hasil-hasil yang telah dilakukan agar terdapat hasil yang baik. Adapula beberapa pendapat oleh para ahli diantaranya adalah:

Menurut Soewarno Handyaningrat mengungkapkan bahwa efektivitas adalah “bila sasaran atau tujuan telah tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya, jika sasaran itu tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan maka pekerjaan itu dikatakan tidak efektif”.<sup>12</sup>

Berdasarkan pendapat di atas bisa disimpulkan yang berarti efektivitas merupakan sebuah bentuk kegiatan yang dijalankan oleh suatu orgnisasi guna melaksanakan sebuah tindakan yang dijalankan pada organisasi tersebut dengan maksud agar bisa terwujud berdasarkan dengan hasil dan keputusan yang telah

---

<sup>10</sup> Hendrawan Supratikno, *Advanced Statagic Management* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 12-16.

<sup>11</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 352.

<sup>12</sup> Soewarno Handyaningrat, *Pengantar Ilmu Administrasi Negara dan Manajemen* (Jakarta: Agung, 1996), 15-16.

dilakukan dan yang telah ditetapkan sebelumnya supaya dapat tercapai hasil yang baik.

Bank syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang berbasis syariah dengan mempunyai kegiatan operasinya tanpa mengandung sebuah unsur ribawi dan tidak terdapat adanya beban bunga dan lembaga keuangan yang selalu menggunakan syariah dalam aturan dan prinsipnya.

Menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008, bank syariah merupakan sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang keuangan yang dalam usahanya dan kegiatan pokoknya memberikan sebuah pelayanan mengenai pembiayaan beserta jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayarannya dan peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip syariah. Bank syariah mempunyai beberapa tujuan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Memberikan sebuah petunjuk atau arah terhadap kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah dengan cara islami, muamalah yang berkaitan dengan sebuah lembaga keuangan guna terlepas dari aktivitas atau praktik yang mempunyai unsur ribawi atau beberapa usaha perdagangan yang mengandung unsur gharar yang tidak diperbolehkan dalam hukum Islam.
2. Guna dapat meningkatkan kualitas suatu kehidupan umat melalui sebuah cara dengan membuka kesempatan usaha untuk pihak yang lebih membutuhkan dan memberikan arahan tentang kegiatan usaha produktif guna kemandirian dalam berusaha bisa tercapai.
3. Agar moneter pemerintah atau sebuah ekonomi dapat terjaga stabil melalui aktivitas-aktivitas kegiatan perbankan syariah yang dapat diharapkan menjauhkan inflasi yang mempunyai akibat terjadinya sistem bunga, menghilangkan persaingan yang tidak kooperatif dengan berbagai lembaga keuangan perbankan dan mengendalikan kemandirian lembaga keuangan dari pengaruhnya moneter perbankan baik dari dalam negeri ataupun luar negeri.<sup>13</sup>

#### **b. Ukuran Efektivitas**

Ada pendapat dari para ahli salah satunya adanya pendapat dari Gibson Ivaancevich Donelly yang menguraikan bahwa ukuran

---

<sup>13</sup> R. Ajeng Entrasmien, Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 9, no 1 (2016): 62.

atau takaran dari sebuah efektivitas mempunyai beberapa poin antara lain sebagai berikut:<sup>14</sup>

1. Produksi, mempunyai kandungan arti bahwa kemampuan dari suatu organisasi dalam hal memproduksi jumlah serta mutu output sudah sesuai dengan kondisi pasar atau target sasaran lingkungan.
2. Efisiensi, mempunyai kandungan arti bahwa perbandingan atau ratio mengenai output beserta input.
3. Kepuasan, mempunyai kandungan arti bahwa sebuah ukuran yang bertujuan dalam hal memberikan level tentang sebuah organisasi dapat menjadi pemenuh dari apa yang diinginkan oleh masyarakat.
4. Adaptasi, mempunyai kandungan arti bahwa level atau tingkatan tentang sebuah organisasi atau perusahaan bisa dan mempunyai kecakapan dan ketepatan mengenai hal yang berubah dalam lingkungan internal ataupun eksternal.
5. Pengembangan, mempunyai kandungan arti bahwa untuk mengukur sebuah kemampuan dari sebuah organisasi atau perusahaan mengenai tantangan atau hal-hal yang dihadapi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.<sup>15</sup>

Dalam hal ini, sebuah efektivitas dapat mempunyai label keberhasilan jika dapat lolos dalam kriteria produktivitas, kemampuan berlabar, dan kesejahteraan pegawai. Hal lain yang mencakup ruang lingkup perkantoran, efektivitas bisa diukur melalui sebuah ciri-ciri yaitu mengenai kejelasan tentang tujuan yang akan dicapai, kejelasan dari suatu strategi tujuan, proses analisis beserta keputusan kebijakan yang mumpuni, perencanaan yang sudah benar, sudah adanya saran beserta prasarana, dan sistem pengawasan yang baik dan benar.

Dari pemaparan tersebut dapat mempunyai arti bahwa efektivitas adalah suatu konsep yang mempunyai peran vital dengan alasan karena hal tersebut dapat memberikan sebuah gambaran tentang keberhasilan sebuah organisasi atau perusahaan mengenai apa yang ingin dicapai atau mempunyai arti lain bahwa efektivitas merupakan level atau tingkatan tercapainya sebuah tujuan dari aktifitas yang sudah diterapkan dan dijalankan.

---

<sup>14</sup> Donni Juni Priansa, *Manajemen Perkantoran: Efektif, Efisien, dan Profesional* (Bandung: Alfabeta, 2013), 15.

<sup>15</sup> Donni Juni Priansa, *Manajemen Perkantoran: Efektif, Efisien, dan Profesional*, 17.

### c. Karakteristik yang Mempengaruhi Efektivitas

Ada beberapa karakteristik yang dapat dijadikan acuan dalam hal mempengaruhi sebuah efektivitas, antara lain adalah:<sup>16</sup>

#### 1. Karakteristik Organisasi

Karakteristik organisasi mempunyai kandungan arti bahwa sebuah organisasi yang bersinggungan mengenai sebuah struktur serta teknologi yang diterapkan didalamnya. Efektivitas dalam hal ini dapat dipengaruhi oleh level kompleks dan formal struktur dan sistem kebijakan mengenai pengambilan suatu keputusan. Tetapi jika dilihat secara umum dapat dijelaskan bahwa kondisi yang memberikan sebuah kesempatan besar daripada level terpenuhinya level efektivitas yang tinggi adalah jika suatu organisasi atau perusahaan dapat menjadikan struktur dengan mempunyai tingkat kompleks dan formal yang rendah.

#### 2. Karakteristik Lingkungan

Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan tentang terpenuhinya dalam tujuannya dapat dipengaruhi dalam kemampuannya yang berhubungan terhadap lingkungan. Unsur-unsur lingkungan yang dapat menjadikan pengaruh efektivitas dalam suatu organisasi atau perusahaan meliputi dari tingkat pemahaman akan kondisi lingkungan serta ketepatan persepsi terhadap kondisi lingkungan tersebut.

#### 3. Faktor Pekerja

Pola tingkah dan laku para pekerja mempunyai keterikatan yang vital untuk pencapaian dalam efektivitas suatu organisasi atau perusahaan, akan tetapi sebaliknya hal tersebut juga dapat menjadikan sebuah hambatan dalam mencapai suatu efektivitas. Dalam hal ini, para pekerja mempunyai karakter-karakter tersendiri yang berbeda dengan karakter pekerja lainnya, dari hal tersebut para pekerja harus berupaya dengan baik untuk dapat mencapai tujuan dari efektivitas dengan bersinergi bersama agar dapat tercapai hal yang diinginkan.<sup>17</sup>

#### 4. Kebijakan Manajemen

Kebijakan yang diterapkan oleh seorang pimpinan dalam hal mengelola organisasi atau perusahaan mempunyai pengaruh secara langsung tentang efektivitas organisasi atau perusahaan tersebut. Hal tersebut dapat berhubungan tentang penerapan

---

<sup>16</sup> Farassita, "*Efektivitas Organisasi*", Peppyku (blogspot), 13 Mei, 2012, <http://peppyku.blogspot.cpm/2012/05/efektivitas-organisasi.html?m=1>

<sup>17</sup> Farassita, "*Efektivitas Organisasi*", Peppyku (blogspot), 13 Mei, 2012, <http://peppyku.blogspot.cpm/2012/05/efektivitas-organisasi.html?m=1>

yang dilakukan oleh seorang pemimpin yang meliputi ketentuan tujuan dan pemanfaatan sumber daya, menciptakan lingkungan yang baik agar dapat menjadikan kondisi kerja yang bagus untuk para pekerja, hubungan komunikasi, pengambilan keputusan, serta kebijakan yang terkait mengenai kemampuan organisasi atau perusahaan dalam hal memberikan respon terhadap lingkungan.

#### **d. Kriteria Penilaian Efektivitas**

Agar dapat menilai bahwa sebuah strategi atau perencanaan berjalan efektif maka ada beberapa kriteria yang bisa dijadikan patokan, antara lain:<sup>18</sup>

1. Berhasil guna, hal ini dapat untuk menyatakan akan suatu kegiatan yang telah diterapkan sudah sesuai dengan baik dan tepat dan sesuai dengan sasaran serta waktu yang sudah diterapkan.
2. Ekonomis, hal ini untuk menyatakan mengenai usaha pencapaian efektif yang meliputi dari biaya, para pekerja, kebutuhan material, kebutuhan alat, waktu, ruang telah digunakan dengan tepat.
3. Pelaksanaan kerja yang bertanggung jawab, hal ini menyatakan untuk bukti bahwa dalam penerapan kebijakan dan dalam bekerja sudah dilaksanakan dengan tepat dan tanggung jawab dengan kebijakan yang sudah diterapkan.
4. Pembagian kerja yang nyata, hal ini untuk menyatakan bahwa pelaksanaan pekerjaan sudah dilaksanakan sesuai dengan beban kerja serta waktu yang sudah sesuai dengan kebijakan.
5. Rasionalitas wewenang dan tanggung jawab, hal ini untuk menyatakan bahwa suatu wewenang diimbangi dengan tanggung jawab dan tidak ada tindakan yang semena-mena.
6. Prosedur kerja yang praktis, hal ini untuk menyatakan aktifitas pekerjaan telah dilaksanakan secara praktis agar target dapat tercapai secara efektif dan ekonomis.

### **3. Penghimpunan Dana**

#### **a. Definisi Penghimpunan Dana**

Tujuan dari sebuah penghimpunan dana adalah untuk menggalang dana atau mencari dana (uang) yang dilakukan dengan membelinya yang berasal dari masyarakat luas yaitu berupa simpanan giro, tabungan, dan deposito. Sebuah dana yang bersumber dari masyarakat yang telah dibeli bank tersebut

---

<sup>18</sup> Sujadi, *Penunjang Berhasilnya Proses Manajemen*, (Jakarta: CV . Masagung,1990), cet.3, 36-39.

dilaksanakan oleh bank dengan cara merangkai beberapa strategi yang dimaksudkan supaya masyarakat bersedia menitipkan dananya tersebut. Beberapa macam produk simpanan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat adalah simpanan giro, tabungan, sertifikat deposito, dan deposito berjangka sebagaimana setiap produk simpanan yang telah dihasilkan oleh bank sudah mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing. *Funding* merupakan istilah yang digunakan sebagai tindakan penghimpunan dana tersebut.

Sebuah strategi dalam sebuah penghimpunan dana adalah dengan memberi pancangan dalam bentuk berbalas jasa dengan menarik dan juga menghasilkan keuntungan. Sebuah rangsangan atau pancangan yang diberikan kepada masyarakat bisa berupa cendera mata, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Dalam hal memberi rangsangan atau pancangan ini apabila keuntungan terhadap balas jasa yang diberikan kepada masyarakat semakin banyak, maka semakin bertambah pula minat masyarakat dalam hal menitipkan dananya tersebut ke bank.<sup>19</sup>

#### **b. Penghimpunan Dana Prinsip Wadiah**

Arti dari *wadiah* bisa disebut dengan titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik dalam perserorangan maupun badan hukum serta titipan tersebut wajib dijaga dan bisa dikembalikan kapanpun saat pentip dana tersebut membutuhkannya. Perjanjian atau kesepakatan tersebut bertujuan supaya barang yang dititipkan terjaga dengan selamat terhadap pencurian yang dilakukan oleh seseorang. Kerusakan dan macam-macam hal yang merugikan lainnya. Yang dimaksud dengan kata “barang” yang telah diungkapkan merupakan sebuah hal yang berharg antara lain seperti sertifikat penting, uang, surat berharga, dan dokumen serta barang yang mempunyai nilai dari sisi Islam.<sup>20</sup>

*Wadiah* berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/46PBI/2005 mengenai akad penghimpunan dana dan penyaluran dana bagi bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, ialah sebuah titipan dana atau barang yang berasal dari orang yang menitipkan dananya atau sebuah simpanan dari seseorang yang menitipkan dana atau suatu titipan yang nantinya wajib dikembalikan kepada pihak yang menyimpannya pada saat

---

<sup>19</sup> Andrianto dan Didin Fatihudin, *Manajemen Bank* (Surabaya: Qiara Media, 2019), 3-4.

<sup>20</sup> Wiroso, *Seri Perbankan Syariah Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, 20.

kapanpun ketika penitip membutuhkannya. *Wadiah* merupakan sebuah amanah yang harus dijaga oleh pihak yang telah diberi kepercayaan untuk dapat menyimpan dan mempunyai kewajiban untuk mengembalikan kapanpun nantinya saat penitip memintanya.

*Wadiah* adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, hal tersebut berlaku terhadap personal ataupun badan hukum yang wajib dijaganya dan harus dikembalikan sesuai dengan keinginan penitip. Barang yang dapat dititipkan adalah harta simpanan yang disimpan menurut akad wadiah antara Bank Umum Syariah atau UUS dengan penitip, berdasarkan perarturan Bank Umum Syariah atau UUS yang masih berhubungan tidak mempunyai hak kepemilikan terhadap harta tersebut.

Menitip atau menerima sebuah barang atau aset dalam hukum Islam yaitu diperbolehkan (*jaiz*). Seorang penerima barang titipan diharapkan bahwa dirinya telah mampu (cakap hukum, baligh dan berakal sehat) yang bertujuan supaya dapat menjaga barang titipan dengan baik dan dapat menyimpannya ditempat yang layak.<sup>21</sup>

### c. **Tabungan Wadiah**

Tabungan *wadiah* merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat yang telah ditetapkan dan disetujui, akan tetapi tidak dapat ditarik dengan cek ataupun alat yang dapat dipersamakan dengan tersebut. Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional ketetapan dan ketentuan tabungan *wadiah* adalah sebagai berikut:

1. Bersifat simpanan
2. Simpanan tersebut dapat diambil sewaktu-waktu ketika penitip membutuhkan dan telah memenuhi kesepakatan dengan dua belah pihak.
3. Tidak dipersyaratkan mengenai adanya imbalan, dalam hal kecuali dengan bentuk pemberian bonus dengan sifat sukarela dari pihak bank.

Nasabah akan mendapatkan fasilitas yang akan didapatkan dari tabungan wadiah antara lain adalah mendapatkan kartu ATM dan buku tabungan, minimum setoran saldo pertama dan saldo minimum yang harus dipertahankan, tidak terdapat batasan dalam menabung serta tabunan dapat diambil kapan saja.

---

<sup>21</sup> Ikit, Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah, ed Zuhri (Yogyakarta: Deepublish, 2015), 65.

Pembayaran bonus dapat dilaksanakan melalui mengkredit rekening tabungan.<sup>22</sup>

*Wadiah* dibagi menjadi dua macam, antara lain adalah *wadiah yad al amanah* dan *wadiah yad dhamanah*.

1. *Wadiah yad al amanah*, merupakan sebuah titipan murni, prinsip *wadiah* tersebut merupakan suatu barang yang dititipkan tidak boleh dipergunakan maupun dimanfaatkan, dan saat penitip ingin mengambil maka harus dikembalikan secara utuh baik nilai ataupun fisik barang, akan tetapi apabila terjadi kerusakan terhadap barang yang akan dikembalikan maka si penyimpan titipan tidak dibebankan tanggung jawab terhadap kerusakan tersebut. Akan tetapi pihak yang menitipkan barang akan dikenakan biaya yang digunakan untuk kompensasi terhadap barang yang dititipkan karena pihak yang menerima titipan suda bertanggung jawab dalam menjaga barang tersebut.
2. *Wadiah yad dhamanah*, merupakan sebuah amanah yang berupa barang atau uang yang dititipkan kepada seorang penerima titipan yang wajib dijaga dengan baik dan dikembalikan ketika penitip memintanya. Hal yang terdapat pada prinsip *wadiah* ini adalah orang yang menerima mempunyai hak untuk mempergunakan dan memanfaatkan barang telah dititipkan tersebut dengan mempunyai tanggung jawab terhadap barang yang dititipkan tersebut. Dalam hal lain, keuntungan yang akan didapat dari barang yang dititipkan menjadi kebijakan oleh pihak yang telah menerima titipan. Pemberian bonus juga akan diberikan kepada penitip dengan tidak ada perjanjian pada awal kesepakatan.

Pada perbankan Islam dalam menjalankan kegiatannya, *Wadiah yad dhamanah* dapat diterapkan terhadap rekening giro (*Current Account*) dan rekening tabungan (*Saving Account*), bank boleh mengelola dan mempergunakan tetapi dengan mempunyai batasan hal tersebut karna si penitip bisa kapanpun mengambil titipannya dan dapat melalui cek, bilyet giro atau pemindah bukuan lainnya.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Any Widyatsari, Akad Wadiah dan Mudharabah dalam Penghimpunan Dana Pada Pihak Ketiga Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* 3, no.1 (2013): 8.

<sup>23</sup> Siti Aisyah, Penghimpun Dana Masyarakat dengan Akad Wadiah dan Penerapannya pada Perbankan Syariah, *Jurnal Syariah* 5, no 1 (2016): 113.

## B. Penelitian Terdahulu

Supaya terhindar dari penelitian dengan objek yang sama, maka diperlukan sebuah kajian terhadap kajian-kajian terdahulu. Terdapat beberapa fenomena yang masih sejalan dengan penelitian.

Di bawah ini merupakan beberapa karya ilmiah yang mempunyai kaitan terhadap penelitian yang dilakukan penulis pada saat ini, antara lain:

1. Fatimah dan Elisabeth Yansye Metekohy (2013) mengenai penelitiannya yang mempunyai judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan” dengan mengambil latar belakang bahwa produk tabungan mudharabah yang belum terlalu dikenal oleh masyarakat dikarenakan produk tersebut merupakan keluaran baru dan minimnya informasi mengenai produk tersebut sehingga penelitian tersebut merujuk pada strategi pemasaran terhadap pembiayaan produk mudharabah dengan menggunakan metode kualitatif. Dari hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, strategi yang digunakan Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan terhadap produknya dalam pembiayaan murabahah adalah menggunakan strategi *growth strategy*. Pada penelitian tersebut mempunyai hasil yang dapat menguntungkan terhadap posisi kuadrannya. Dengan cara menciptakan kebijakan yang bisa mendukung pertumbuhannya terhadap produk pembiayaan yang secara agresif, maka kesempatan dan kekuatan terhadap strategi tersebut bisa dimanfaatkan oleh perusahaan secara maksimal.<sup>24</sup>  
 Dalam penelitian tersebut dapat ditemukan persamaan mengenai penelitian yang diteliti oleh penulis. Persamaannya adalah meneliti mengenai merancang sebuah strategi dalam memasarkan produk sebuah perbankan dengan metode yang sama digunakan adalah metode kualitatif. Sedangkan untuk perbedaannya adalah terdapat pada obyek penelitian dan penelitian terhadap produknya. Penelitian tersebut meneliti mengenai produk *murabahah* sedangkan penelitian penulis mengenai produk tabungan *wadiah*.
2. Penelitian yang lainnya juga dilakukan oleh M. Ridwan Setiawan, Rahmawati, dan Wahidin (2019) dengan judul “Implementasi Fatwa DSN-MUI NO: 86/DSN-MUI/XXI/2012

---

<sup>24</sup> Fatimah dan Elisabeth Yensye Metekohy, Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 12, no. 1 (2013): 75-82.

tentang Hadiah dalam Penghimpunan Dana” dengan mempunyai latar belakang bahwa perbankan syariah mempunyai peluang besar dalam segi pemasaran akan tetapi juga mempunyai kendala dalam segi promosi sehingga perbankan syariah menerapkan pemberian hadiah atau bonus sesuai dengan prinsip syariah, akan tetapi hal tersebut menimbulkan polemic ditengah lingkungan para ulama dan akademis mengenai strategi pemberian hadiah. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dan mempunyai hasil pada fatwa ketentuan terkait hadiah dalam seluruh poin telah disesuaikan berdasarkan fatwa yang sudah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia begitu pula dengan ketentuan yang merupakan cara penentuan penerima hadiah akan tetapi mengenai kebijakan tentang hadiah pada simpanan Dana Pihak Ketiga (DPK) tidak semuanya sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia mengenai penerimaan hadiah pada penghimpunan dana oleh perbankan syariah tidak boleh menjadi kebiasaan, di mana telah diungkapkan oleh pakar ekonomi dan keuangan syariah yang mengungkapkan bahwa ‘urf atau kelaziman.<sup>25</sup> Dalam penelitian tersebut mempunyai persamaan dengan penelitian yang diteliti oleh penulis, adalah mengenai metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif. Untuk perbedaan pada penelitian tersebut terdapat pada tujuan meneliti tersebut pada implementasi fatwa DSN-MUI tentang hadiah terhadap penghimpunan dana, sedangkan penelitian yang ditulis oleh penulis yaitu meneliti mengenai strategi dan efektivitas pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

3. Penelitian berikutnya adalah penelitian dari Nur Huda (2015) dengan judul “Perubahan Akad *Wadiah*” yang mempunyai latar belakang bahwa menurut peneulis penelitian tersebut mengungkapkan wadiah pada perbankan syariah bukan wadiah yang sudah di terapkan dan dijelaskan pada kitab fikih dan wadiah yang kini diterapkan pada perbankan syariah menjurus pada hukum dayn (piutang) karena bank melakukan eksplotasi kepada nasabah dalam menjalankan proyeknya. Penelitian

---

<sup>25</sup> M.Ridwan Setiawan dan Rahmawati, Implementasi Fatwa DSN-MUI NO: 86/DSN-MUI/XII/2012 tentang Hadiah dalam Penghimpunan Dana, *Banco* 1, no 1 (2019): 24-44.

tersebut menggunakan metode kualitatif yang mempunyai hasil dari penelitian tersebut adalah berisi mengenai lembaga keuangan syariah terlebih bank syariah yang memodifikasi dan dengan menerapkan akad-akad *al musama* begitu pula *wadiah* sebagaimana telah ada pada kitab-kitab fiqh, namun dalam penerapannya sudah mengalami perubahan bentuk yang sebaliknya dari pengertian awal mula. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dan hasil penelitian tersebut mengungkapkan perubahan bentuk akad *wadiah* dari fiqh ke bank syariah yang mempunyai empat hal, yaitu: 1) Sifat *wadiah* yang awalnya merupakan *non profit (tabarru')* menjadi *profit*, 2) Barang yang telah dititipkan semula merupakan milik seseorang yang menitipkan dan pihak yang menerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang yang dititipkan, dalam perbankan syariah barang yang dititipkan berubah menjadi milik bank dan bisa untuk dimanfaatkannya, 3) Barang titipan semula adalah barang, tetapi pada bank syariah berubah menjadi uang, 4) Akad *wadiah* semula objeknya adalah jasa penitipan dengan penitip yang membayar jasa penitipannya, tetapi pada bank syariah berubah menjadi titipan investasi.<sup>26</sup> Berdasarkan penelitian tersebut dengan penelitian yang diteliti oleh penulis mempunyai kesamaan yaitu dengan menganalisis mengenai akad *wadiah* dan juga menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif. Terdapat perbedaan tujuan dalam penelitian tersebut jika penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis perubahan akad *wadiah* dari fiqh ke bank syariah, adapun penelitian yang diteliti oleh penulis bertujuan untuk menganalisis mengenai strategi dan efektivitas penghimpunan dana pada produk akad *wadiah* di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

4. Penelitian yang dilakukan Barbara Gunawan dan Ariska Widya Andiyanti (2021) dengan judul “Analisis Produk Tabungan Simpeda *Wadiah* Studi Kasus pada Bank BPD DIY Cabang Syariah” mempunyai latar belakang bahwa untuk menghindari riba pada perbankan maka digunakan akad *wadiah* yang telah diterapkan pada produk SIMPEDA dan merujuk mengenai penerapan akad *wadiah* pada produk tersebut. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dan mendapatkan hasil bahwa akad *wadiah* yang digunakan dalam bank tersebut

---

<sup>26</sup> Nurul Huda, Perubahan Akad *Wadiah*, *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2015): 129-154.

menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* dengan mempunyai konsep menggunakan produk tabungan SIMPEDA *Wadiah* dan nasabah bisa mengambil dana sewaktu-waktu saat diperlukan.<sup>27</sup>

Pada penelitian tersebut mempunyai persamaan dengan penelitian yang ditulis penulis yaitu mengenai penerapan *wadiah* dalam perbankan dan mempunyai metode penelitian yang sama yaitu metode kualitatif. Hal yang membedakan penelitian tersebut terdapat pada objek penelitian.

5. Mengenai penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ira Dianti (2015) dengan judul “Analisis Akad *Wadiah* dan Akad *Mudharabah* pada Tabungan IB Hasanah pada BNI Syariah Mataram” dengan mempunyai latar belakang bahwa perbankan syariah mempunyai dua macam akad yaitu akad *wadiah* dan akad *mudharabah* sehingga menjadikan perbankan syariah memiliki produk-produk unggulan, pada penelitian tersebut merujuk pada analisis dari akad *wadiah* dan akad *mudharabah* yang telah diterapkan oleh perbankan syariah metode yang telah digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan hasil penelitian mengungkapkan bahwa tabungan BNI Syariah dengan produk IB Hasanah memiliki dua perbedaan. Hal yang membedakan terdapat pada imbal hasil yang akan diberikan. Jika prinsip *mudharabah*, bank akan memberikan hasil yang sudah disepakati pada awal perjanjian sedangkan pada jika prinsip *wadiah* bank tidak memiliki keharusan dalam memberikan bagi hasil.<sup>28</sup> Dalam penelitian tersebut mempunyai persamaan yaitu metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan menganalisis mengenai produk tabungan *wadiah*. Sedangkan untuk perbedaannya pada penelitian tersebut meneliti produk *wadiah* dan *mudharabah*, sedangkan penelitian yang peneliti tulis hanya meneliti mengenai produk tabungan *wadiah* saja.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Dani Rachman dan Aulia Anggraeni (2019) dengan judul “Pengaruh Tabungan *Wadiah* dan Piutang *Murabahah* Terhadap Laba Bersih pada PT.BPRS Al-Ihsan” mempunyai latar belakang bahwa laba bersih yang dialami oleh perusahaan tersebut mengalami fluktuatif

---

<sup>27</sup> Barbara Gunawan, Ariska Widya Andiryanti, Analisis Produk Tabungan Simpeda *Wadiah* Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah, *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, no. 2 (2021): 180.

<sup>28</sup> Ira Dianti, Analisis Akad *Wadiah* dan Akad *Mudharabah* pada Tabungan IB Hasanah pada BNI Syariah Mataram, *DBM Jurnal* 1, no.2 (2019), 18-24.

meskipun ada yang mengalami kerugian dan sempat kembali normal penelitian tersebut merujuk pada kenakan laba bersih pada perusahaan tersebut dipengaruhi dengan adanya tabungan wadiah dan piutang. Dalam melakukan penelitian tersebut peneliti menggunakan metode analisis kuantitatif, hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa secara simultan tabungan *wadiah* dan piutang *murabahah* dapat mempunyai pengaruh positif dan signifikan mengenai laba bersih, tetapi secara persial tabungan *wadiah* tidak mempunyai pengaruh terhadap laba bersih.<sup>29</sup> Dari penelitian diatas terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu mengenai metode yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda sedangkan metode yang penulis gunakan adalah metode kualitatif, selain itu adanya perbedaan tujuan yaitu penulis mengenai startegi dan efektivitas tabungan *wadiah* sedangkan penelitian tersebut pengaruh tabungan *wadiah* dan piutang *murabahah* terhadap laba bersih.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Indirisari, Muliati dan Arif Budi Santoso (2018) dengan judul “Persepsi Nasabah tentang Tabungan *Wadiah*”. Mempunyai latar belakang mengenai persepsi yang ditujukan oleh nasabah mengenai tabungan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian tersebut mempunyai hasil bahwa nasabah yang menggunakan tabungan *wadiah* lebih besar hanya ingin menabung saja dan tabungan *wadiah* lebih disukai oleh nasabah karena mempunyai daya tarik salah satunya adalah tidak ada biaya potongan yang dilakukan oleh bank.<sup>30</sup> Pada penelitian tersebut mempunyai beberapa persamaan terhadap yang penulis lakukan, yaitu mempunyai kesamaan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan tujuan yang sama pada tabungan *wadiah* sedangkan perbedaannya terdapat pada hal yang ingin dicapai penulis adalah mengenai strategi dan efektivitas sedangkan pada penelitian tersebut mengenai persepsi dari nasabah.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Anggraini dan Fadilla (2021) dengan judul “Mekanisme Tabungan *Wadiah* pada BMT

---

<sup>29</sup> Dani Rachman, Aulia Anggraeni, Pengaruh Tabungan Wadiah dan Piutang Murabahah Terhadap Laba Bersih Pada PT. BPRS Al-Ihsan, *Jurnal Ilmiah dan Akuntansi*, no.3 (2019): 73.

<sup>30</sup> Rahayu Indirisari, Muliati, Arif Budi Santoso, Persepsi Nasabah tentang Tabungan Wadiah, *Jurnal Riset dan Aplikasi Akuntansi dan Manajemen*, No.3 9 (2018): 1-7.

Mitra Khazanah Pelembang” mempunyai latar belakang dan tujuan untuk mengetahui tentang bagaimana mekanisme pembukaan tabungan *wadiah* pada BMT Mitra Khazanah yang merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan syariah yang dalam upaya mengembangkan system ekonomi syariah dengan produk-produk unggulan BMT tersebut dengan menggunakan metode kualitatif. Pada penelitian tersebut mempunyai hasil bahwa pada tabungan *wadiah* dapat membantu masyarakat dalam upaya simpanan dana, tabungan *wadiah* mempunyai nilai tambahan dibanding produk lainnya yaitu dana yang dititipkan dapat diambil setiap saat dan tabungan *wadiah* tidak mengandung riba serta tidak merugikan nasabah ataupun BMT tersebut.<sup>31</sup> Pada penelitian tersebut mempunyai persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu terletak pada produk tabungan *wadiah* dan mempunyai perbedaan tujuan dari penelitian jika penulis mengenai strategi dan efektivitas sedangkan dalam penelitian tersebut mengenai mekanisme tabungan.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Bibah Nurhabibah, Imam Sucipto dan Saepul Bahri (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan *Wadiah* Terhadap Loyalitas Nasabah di BTPN Syariah Cabang Wisma Purwakarta”. Dengan latar belakang pada bank yang akan diteliti mempunyai banyak jenis produk tabungan dan penulis pada penelitian tersebut meneliti mengenai produk PMD (Paket Masa Depan) yang mempunyai keunggulan yang ditawarkan oleh nasabah dengan menggunakan sistem akad *wadiah*, tabungan tersebut adalah sebagai wujud komitmen serta pembelajaran budaya menabung untuk nasabah PMD. Dalam penelitian tersebut peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dan memperoleh hasil bahwa besarnya koefisien determinasi variable terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,098 atau 9,8% sehingga adanya pengaruh produk tabungan *wadiah* 9,8% mengenai loyalitas nasabah pada bank tersebut.<sup>32</sup> Pada penelitian tersebut mempunyai beberapa persamaan dan perbedaan yang akan penulis teliti antara lain persamaannya

---

<sup>31</sup> Ayu Angraini, Fadila, Mekanisme Tabungan Wadiah pada BMT Mitra Khazanah Palembang, *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, No. 2 (2021): 258.

<sup>32</sup> Bibah Nurhabibah, Imam Sucipto, Saepul Bahri, Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Wadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPTN Syariah Cabang Wisma Purwakarta, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No.2 (2020):38.

mengenai produk tabungan yang akan diteliti sedangkan mempunyai perbedaan dalam metode yang digunakan penulis menggunakan metode kualitatif sedangkan dalam penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Sherlie Agneza Dwi Lestari, Jalaludin dan Rinawati (2022) dengan judul “Praktek Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia dalam Perspektif Fatwa No.02/DSN-MUI/IV/2000” dengan latar belakang bahwa dunia perbankan mempunyai pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan dalam menghimpun dana dari masyarakat baik dalam skala kecil atau besar. Penelitian tersebut juga mengungkapkan Bank Syariah Indonesia yang mempunyai peluang besar dan akhirnya mengeluarkan berbagai macam produk-produk yaitu salah satunya adalah tabungan *easy wadiah* yang mempunyai akad *wadiah*. Pada penelitian tersebut peneliti memfokuskan untuk dapat mengetahui praktek tabungan *easy wadiah* dan untuk mengetahui praktek tabungan *easy wadiah* dalam perspektif fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000 dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah produk tabungan *easy wadiah* sangat diminati oleh nasabah karena beberapa alasan yaitu dapat memberikan rasa aman, dan tidak ada biaya administrasi. Sedangkan praktek tabungan *easy wadiah* sudah sesuai dengan fatwa No.02/DSN-MUI/IV/2000.<sup>33</sup> Dalam penelitian tersebut mempunyai persamaan dengan yang penulis teliti mengenai produk tabungan *wadiah* dan menggunakan metode kualitatif, terdapat perbedaan penelitian tersebut hanya pada produk tabungan *easy wadiah* sedangkan penulis meliputi produk tabungan *wadiah*.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang sudah diuraikan diatas, secara keseluruhan mempunyai beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitan yang dilakukan oleh penulis. Adapun persamaannya adalah membahas mengenai tabungan wadiah yang mempunyai peminat dan lebih dikenal masyarakat secara luas dibandingkan dengan akad mudharabah. Akad wadiah dalam penelitian-penelitian diatas mempunyai pengaruh pada setiap produk perbankan syariah itu sendiri dan pada beberapa penelitian diatas lebih

---

<sup>33</sup> Sherlie Agneza Dwi Lestari, Jalaludin, Rinawati, Praktek Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Dalam Perspektif Fatwa No.02/DSN-MUI/IV/2000, *Jurnal Ilmiah*, No.1 (2022): 80.

menjurus mengenai detail dari produk tabungan wadiah dan hampir semua penelitian diatas menggunakan metode yang sama dengan penulis yaitu analisis kualitatif. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada sudut objek dan tujuan penelitian yaitu strategi dan efektivitas pada penghimpunan dana.

**C. Kerangka Berfikir**

Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 adalah objek pada penelitian ini. Penghimpunan dana terhadap masyarakat berdasarkan prinsip syariah merupakan suatu dari fungsi berdirinya perbankan syariah. Oleh karena itu, penghimpunan dana dalam bentuk tabungan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dapat menggunakan akad *wadiah*.

*Wadiah* adalah salah satu akad yang membedakan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah. Dalam hal ini, penulis meneliti mengenai bagaimana strategi dan efektivitas penghimpunan dana dengan menggunakan akad *wadiah* yang dijalankan pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2. Menurut uraian yang telah diuraikan di atas maka dapat digambarkan sebuah pola kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Berfikir**



Dari pemaparan kerangka teori diatas, dapat penulis kemukakan bahawasanya strategi dan efektivitas merupakan hubungan yang saling berakaitan dalam proses penghimpunan pada tabungan wadiah, sehingga proses-proses pada penghimpunan dana dapat berjalan secara lancar dengan cara mengacu pada prinsip-prinsip efektivitas yang ada beserta kaidah pada prinsip perbankan syariah.

Dengan memperhatikan kesemuanya tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dapat pula meningkatkan strategi dan efektivitas penghimpunan pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2

