

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, dalam bentuk simpanan dan kredit dan atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>1</sup> Peranan yang melekat pada bank sebagai perwujudan dari kegiatan usaha dibidang keuangan. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar dalam terjadinya perdagangan yang utama. Secara umum bank memiliki fungsi sebagai penyalur dana bank, jasa perbankan dan penghimpun dana. Dalam penghimpun dana terdiri dari titipan (*wadiah*) dan investasi (*mudharabah*).

Di Kota Tasikmalaya terdapat berbagai macam pengusaha atau perusahaan yang mampu dipasarkan diluar ataupun didalam Kota. Perekonomian atau pendapatan masyarakat Tasikmalaya disajikan pada Tabel 1.1 dibawah ini.

**Tabel 1.1 Laju Pertumbuhan PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha**

**(Jutaan Rupiah) Kota Tasikmalaya Tahun 2013 – 2015**

No	Lapangan Usaha	Tahun		
		2013	2014	2015
	<b>Sektor Primer</b>	746.309,4	797.355,4	857.848,0
<b>1</b>	Pertanian, Kehutanan dan	744.832,0	795.768,7	856.152,0

<sup>1</sup>Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat. 2013, hal. 31.

	Perikanan			
2	Pertambangan & Penggalian	1.477,4	1.586,7	1.696,0
	<b>Sektor Sekunder</b>	3.561.237,6	4.040.377,8	4.548.870,0
3	Industri Pengolahan	1.862.086,0	2.030.566,9	2.194.571,0
4	Pengadaan Listrik dan Gas	1.294,3	1.400,1	1.490,8
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	48.037,6	49.885,2	54.197,5
6	Konstruksi	1.649.819,7	1.958.525,6	2.298.611,6
	<b>Sektor Tersier</b>	7.986.393,6	8.786.039,1	9.827.393,1
7	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Motor	2.929.227,8	3.228.236,3	5.570.343,6
8	Transportasi dan Pergudangan	1.121.258,1	1.211.381,9	1.427.977,7
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	583.686,1	643.847,1	709.608,0
10	Informasi dan Komunikasi	349.481,6	402.136,5	451.207,6
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	1.336.675,0	1.487.715,7	1.661.449,3
12	Real Estate	206.678,5	219.408,6	232.835,0
13	Jasa Perusahaan	129.471,0	139.643,4	149.059,3
14	Administrasi Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	602.920,2	650.650,9	710.401,5
15	Jasa Pendidikan	200.059,2	228.635,5	263.694
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	223.044,9	245.309,7	292.241,3
17	Jasa Lainnya	303.890,6	329.073,6	358.574,9
	<b>PDRB</b>	<b>12.293.940,6</b>	<b>13.623.772,9</b>	<b>15.234.112,0</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya

Dari data tabel diatas dapat dilihat penghasilan masyarakat Tasikmalaya dalam berbagai jenis usaha, untuk menyimpan dana masyarakat tersebut, di

Kota Tasikmalaya terdapat berbagai tempat penyimpanan uang seperti koperasi dan perbankan. Di Tasikmalaya sendiri terdapat dua jenis bank yaitu bank konvensional dan bank syariah. Terdapat 21 bank konvensional dan 9 bank syariah. Mayoritas masyarakat Tasikmalaya adalah muslim tetapi keberadaan perbankan syariah sangatlah minim sehingga masyarakat Tasikmalaya kurang memahami bank syariah.

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Menurut Antonio dan Perwataatmadja yang dikutip oleh Muhammad membedakan antara bank Islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syariat Islam. Bank Syariah adalah bank yang beroperasi mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur`an dan Hadist. Sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip syariat Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.<sup>2</sup>

Pada umumnya Kota Tasikmalaya selain indentik dengan sebutan Kota santri Kota Tasikmalaya memiliki ciri khas yang lain yaitu sentral bordir. Hampir 70% pusat bisnis pusat perdagangan dan jasa, serta pusat industri di priangan timur dan selatan berada di Kota ini. Tasikmalaya memiliki berbagai potensi yang belum dikembangkan secara maksimal misalnya industri bordir

---

<sup>2</sup>Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta, Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005, hal. 1.

yang sudah mendunia, tetapi pemerintah Kota Tasikmalaya sekarang sudah membuat tempat pameran bordir untuk para pengrajin Tasik yang berlokasi di Kawalu. Bordir di Kota Tasikmalaya dengan 33 sentral yang tersebar di 10 Kelurahan. Perekonomian di Kawalu sangatlah pesat karena produksi bordir di Kawalu merambat pesat kecil di Priangan Timur, dan juga merambat pasar kawasan Ibu Kota Jakarta khususnya Pasar Tanah Abang dan Manca Negara.

Di Kota Tasikmalaya terdapat posisi simpanan di bank umum yang mana tabungan memiliki angka tertinggi dan paling diminati oleh masyarakat Tasikmalaya.<sup>3</sup> Disajikan pada Tabel 1.2 dibawah ini.

**Tabel 1.2 Posisi Simpanan Nominal di Bank Umum Menurut Jenis Simpanan Di Kota Tasikmalaya 2013-2015 (Juta Rp)**

<b>Tahun</b>	<b>Giro</b>	<b>Simpanan Berjangka</b>	<b>Tabungan</b>	<b>Jumlah</b>
2013	988.718	1.990.155	4.257.354	7.236.227
2014	1.368.045	2.435.152	4.341.954	8.145.151
2015	1.689.474	2.899.025	5.228.559	9.817.058

Sumber Data: Badan Pusat Statistik Tasikmalaya Dalam Angka

Dari tabel diatas menunjukkan besar angka menabung atau tabungan dibandingkan tabel yang lainnya. Masyarakat Tasikmalaya lebih banyak menginvestasikan dananya di bank dengan menggunakan produk tabungan. Menabung adalah tindakan yang diajarkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Di dalam Al-Qur`an terdapat ayat secara tidak

---

<sup>3</sup><https://tasikmalayakota.bps.go.id>

langsung memerintahkan kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok lebih baik. Seperti dalam Surat An-Nisa ayat 9.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا  
عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

*Artinya “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatirkan terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar” (An-Nisa:4:9).<sup>4</sup>*

Arti ayat diatas memerintahkan kita untuk bersiap dan mengantisipasi masa depan, keturunan, baik secara rohani (iman dan taqwa) maupun secara ekonomi dengan langkah-langkah melakukan perencanaan. Salah satu langkah perencanaan adalah menabung.

Pada bank syariah menabung adalah salah satu produk yang paling banyak diminati oleh nasabah atau calon nasabah. Bank syariah memiliki produk tabungan yang menggunakan dua akad yaitu akad wadiah dan mudharabah. Persaingan dunia perbankan sangat kompetitif, maka dari itu bank syariah berupaya untuk meningkatkan kualitas kinerja, pendapatan dan produknya melalui berbagai cara, salah satunya cara yang dilakukan bank syariah adalah dengan membuka tabungan wadiah yang mana tabungan tersebut nasabah tidak dikenakan biaya administrasi dan tabungan mudharabah yang mana nasabah dapat menginvestasikan dananya di bank syariah dengan sistem pembagian hasil yang beroperasinya berdasarkan Al-

---

<sup>4</sup>Q.S. An-Nisa [4]: 9

Qur`an dan Hadist. Pada hal ini tabungan mudharabah selain digunakan untuk menginvestasikan dana dalam bentuk deposito, tabungan mudharabah juga membantu nasabah untuk melaksanakan rukun iman yang kelima yaitu naik haji. Oleh karena itu, nasabah bisa menyimpan dananya di bank untuk persiapan naik haji.

Di Kota Tasikmalaya terdapat beberapa bank syariah, dan salah satunya adalah BRI Syariah yang merupakan konversi atau bagian dari BRI Konvensional. Pada BRI Syariah memiliki beberapa produk tabungan yang menggunakan dua akad yaitu wadiah dan mudharabah. Penerapan pada tabungan yang menggunakan akad wadiah dibagi menjadi 2 yaitu *wadiah yad dhamanah* dan *wadiah amanah*. Pada *wadiah yad dhamanah* ditetapkan pada rekening giro yang mana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab penuh atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkannya. Sedangkan pada *wadiah amanah* harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Pada prinsip mudharabah nasabah atau deposan bertindak sebagai pemilik modal dan bank sebagai pengelola dana, dimana bank selaku pengelola dana bisa melakukan pembiayaan dengan menggunakan dana yang tersimpan, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi pada nasabah pembiayaan.<sup>5</sup>

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas banyaknya minat nasabah terhadap produk tabungan maka penulis tertarik untuk mengkaji atau

---

<sup>5</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2015, hal. 31.

meneliti tentang minat nasabah terhadap produk tabungan bank syariah dengan judul skripsi “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP TABUNGAN WADIAH DAN TABUNGAN MUDHARABAH” (Studi Kasus BRI Syariah KC Tasikmalaya). Penelitian ini dilakukan di BRI Syariah karena BRI Syariah salah satu bank pemerintah yang sudah memiliki kantor cabang di seluruh Indonesia bahkan sampai ke pelosok atau pedalaman Indonesia. BRI Syariah adalah bank yang memberikan keringanan kepada calon nasabah untuk menjadi nasabahnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Setiap produk Tabungan di Bank Syariah pasti memiliki perbedaannya, agar dapat dimaksimalkan keuntungannya bagi Bank dari produknya itu sendiri, untuk itu Bank harus mampu menganalisis kompetitif produk yang ada di Perbankan itu sendiri. Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi masalah yang muncul:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk Tabungan Wadiah dan Tabungan Mudharabah di BRI Syariah KC Tasikmalaya?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah memilih produk Tabungan Wadiah dan Tabungan Mudharabah di BRI Syariah KC Tasikmalaya?
3. Apa kelebihan dan kekurangan produk Tabungan Wadiah dan Tabungan Mudharabah di BRI Syariah KC Tasikmalaya?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk Tabungan Wadiah dan Tabungan Mudharabah di BRI Syariah KC Tasikmalaya.
2. Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah memilih produk Tabungan Wadiah dan Tabungan Mudharabah di BRI Syariah KC Tasikmalaya.
3. Mengetahui kekurangan dan kelebihan produk Tabungan Wadiah dan Tabungan Mudharabah di BRI Syariah KC Tasikmalaya.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Aspek Keilmuan (Teoretis)

Sebagai salah satu kajian ilmiah dalam bidang ekonomi khususnya untuk mengetahui secara mendalam tentang Perbankan Syariah yang berguna bagi mahasiswa dan para pelaku Perbankan Syariah.

2. Aspek Terapan (Praktis)

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan atau pertimbangan bagi praktisi Perbankan Syariah dalam memasarkan produknya, dalam hal ini mengenai tentang minat nasabah dengan produk tabungan bank syariah. Dan memberikan secara rinci kepada masyarakat agar lebih mengetahui tentang bank syariah dan produk bank syariah khususnya tabungan wadiah dan tabungan mudharabah.

#### **E. Tinjauan Pustaka**



Dalam melakukan penelitian skripsi ini, penulis melakukan telaah pustaka dari beberapa kajian penelitian yang relevan baik berupa hasil penelitian, buku-buku, maupun jurnal ilmiah. Berikut beberapa kajian penelitian yang relevan dengan judul penelitian yang peneliti ambil:

1. Neng Kamarni, SE. M.Si Vol 3, No 1 (2012) dalam jurnal dengan judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan Dengan Bank Syariah Di Kota Padang” dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Dalam penelitian ini pengetahuan produk dan mekanisme bank syariah tidak berpengaruh secara signifikan dalam hubungan masyarakat dengan bank syariah. Maka masyarakat yang tidak mempunyai pengetahuan tentang produk dan mekanisme bank syariah mempunyai peluang yang rendah untuk berhubungan dengan bank syariah di bandingkan dengan masyarakat yang mempunyai pengetahuan tinggi tentang produk dan mekanisme bank syariah.
2. Wiwin Khasanah (2015) dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis). Dari hasil penelitian ini persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga tentang perbankan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan

analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diperoleh dengan metode statistik.

3. Ahmad Asyiqul Waroo (2015) dalam skripsi dengan judul “Analisis Komperatif Produk Tabungan Antara Mudharabah Muthlaqah Dengan *Wadiah Yad Dhamanah* Di Bank Tabungan Negara Syariah Cabang Semarang” dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analitis, hasil penenlitian ini adalah kekurangan dan kelebihan kedua produk tabungan di BTN Syariah adalah keuntungan yang didapat tidak sama dan tidak dapat dipastikan secara jelas. Dikarenakan keuntungan bagi hasil dan bonus yang dijalankan tidak dapat diketahui dengan jelas. Serta terdapat faktor yang menyebabkan salah satunya dipilih oleh nasabah yaitu adanya faktor eksternal dan internal.
4. Muh Risky Adi Hirmawan (2015) dalam skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi Di Bank Syariah” (Studi Kasus Di Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta). Dalam penelitian ini penulis atau peneliti menggunakan metode kuesioner dengan mengambil sampel dari nasabah Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta. Pada hasil penelitian ini lokasi, pelayanan, kualitas produk dan bagi hasil berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di bank syariah.

Jadi, perbedaan penelian terdahulu dengan yang akan di teliti oleh penulis yaitu subjek dan objek penelitian yang berbeda dengan penelitian terdahulu. Sedangkan, penelitian ini akan meneliti tentang “Faktor Yang

Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Wadiah dan Tabungan Mudharabah” (Studi Kasus BRI Syariah KC Tasikmalaya). Dan menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Pengertian Minat**

Menurut Andi Mapplate minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut dan kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarah individu kepada suatu pilihan tertentu.<sup>6</sup>

Minat merupakan kecenderungan pada diri seorang individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu objek. Minat berarti mendorong atau penggerak yang dapat membentuk orang untuk melakukan sesuatu hal. Minat merupakan suatu perangsang keinginan dan daya penggerak kemauan seseorang. Sehingga minat mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai.

Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai sesuatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa didalam minat ada pemutusan perhatian subjek, ada usaha (untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai atau berhubungan) dari

---

<sup>6</sup>Andi Mapplate, *Psikologi Remaja*, Surabaya, Usaha Nasional, 1997, hal. 62.

subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, terdapat daya penarik dari objek tersebut.<sup>7</sup>

Faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individual yang bersangkutan (bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang.

## 2. Pengertian Nasabah

Nasabah memiliki peranan yang penting bagi suatu lembaga keuangan. Nasabah adalah penentu siklus perbankan tetap berlanjut atau tidak. Dalam Undang-undang perbankan secara singkat merumuskan bahwa “nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank”.

Perumusan nasabah terdapat pada pasal 1 angka 15 Undang-undang Otoritas Jasa Keuangan yang mana “Konsumen adalah pihak-pihak yang menempatkan dananya dan atau memanfaatkan pelayanan yang tersedia di lembaga jasa keuangan antara lain nasabah pada perbankan, pemodal di pasar modal, pemegang polis pada perasuransian, dan peserta pada dana pension, berdasarkan peraturan perundang-undangan di sector jasa keuangan”.

---

<sup>7</sup>Abdul Rahman Saleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta, Kencana, 2001, hal. 262.

*Customer, In banking, any person having an accaount with bank or of whom bank has agreed to collect items and includes a bank carrying an account with another bank. As to letter of credit, a buyer or other person who causes an issuer to issue creadit or a bank which procuser issuance or confirmation on behalf of that bank`s customer.*<sup>8</sup>(nasabah dalam perbankan, setiap orang yang memiliki rekening dalam suatu bank, orang yang menggunakan jasa penyimpanan benda pada bank dan termasuk juga pengiriman rekening antar bank. Seperti *letter of creadit*, melakukan permohonan kredit untuk kepentingan nasabah).

*Customer* (nasabah langganan) suatu pihak (orang atau perusahaan) yang mengatakan deposito atau memiliki rekening Koran atau hal-hal yang serupa pada sebuah bank. Maka istilah tersebut adalah nasabah.<sup>9</sup>

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa setiap orang atau perusahaan yang menempatkan dananya di bank atau memanfaatkan jasa layanan yang dimiliki oleh bank maka orang tersebut merupakan nasabah bank.

### 3. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Syariah

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk bank syariah yaitu:

#### a. Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yaitu, aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal

---

<sup>8</sup>Henry Campbell Black, *Black`s Law Dictionary*, Minnesota, West Publishing Co, 1983, hal. 203.

<sup>9</sup>Sudarsono dan Edilius, *Kamus Ekonomi: Uang & Bank*, Jakarta, PT Rineka Cipta, 2007, hal. 74.

pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>10</sup> Promosi merupakan kegiatan marketing mix. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan lainnya seperti: produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank atau perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank dan produk bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling penting dan ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak, ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan produk maupun jasa.<sup>11</sup>

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, mempengaruhi dan menarik calon nasabahnya. Sedangkan menurut AMA (*American Marketing Association*) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, mendefinisikan iklan merupakan semua bentuk bayaran untuk mempresentasikan dan mempromosikan ide, barang atau jasa

---

<sup>10</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset, 1998, hal. 219.

<sup>11</sup>Kasmir, S.E.,MM., *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo, 2010, hal. 222.

secara non personal oleh sponsor yang jelas. Sedangkan yang dimaksud dengan periklanan adalah seluruh proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan iklan.<sup>12</sup> Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media<sup>13</sup> seperti lewat:

- a) Pemasangan billboard di jalan-jalan strategis.
- b) Pencetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
- c) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- d) Pemasangan melalui koran, majalah, televisi dan radio.
- e) Dan menggunakan media lainnya.

Tujuan periklanan adalah tugas komunikasi spesifik yang dicapai dengan pemirsa sasaran tertentu selama periode waktu tertentu. Menurut Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh Nana Herdiana menggambarkan ketiga tujuan pokok periklanan, yang akan disajikan pada tabel 1.3 dibawah ini.

**Tabel 1.3 Ketiga Tujuan Pokok Periklanan**

<b>Periklanan Informatif</b>	
a) Mengkomunikasikan nilai pelanggan. b) Memberitahu produk baru ke pasar. c) Menjelaskan cara kerja	e) Menginformasikan perubahan harga ke pasar. f) Menggambarkan layanan yang tersedia. g) Memperbaiki kesan yang

<sup>12</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset, 1998, hal. 226.

<sup>13</sup>Kasmir, S.E.,MM., *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo, 2010, hal. 222.

<p>produk.</p> <p>d) Menyarankan penggunaan baru untuk suatu produk.</p>	<p>salah.</p> <p>h) Membangun merek dan citra perusahaan.</p>
<b>Periklanan Persuasif</b>	
<p>a) Membangun preferensi merek.</p> <p>b) Mendorong penukaran ke merek Anda.</p> <p>c) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk.</p>	<p>d) Membujuk pelanggan untuk membeli sekarang.</p> <p>e) Membujuk pelanggan untuk menerima panggilan penjualan.</p> <p>f) Meyakinkan pelanggan agar memberi tahu orang lain mengenai merek.</p>
<b>Periklanan Pengikat</b>	
<p>a) Memelihara hubungan pelanggan.</p> <p>b) Mengikat konsumen bahwa produk mungkin dibutuhkan dalam waktu dekat.</p>	<p>c) Mengikat konsumen tentang tempat ia dapat membeli produk.</p> <p>d) Menjaga merek dalam pikiran pelanggan selama musim sepi.</p>

Penjelasan:

Pertama, periklanan informatif sering digunakan untuk memperkenalkan kategori produk baru.

Kedua, periklanan persuasif bertujuan membangun permintaan selektif dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Periklanan persuasif berubah menjadi periklanan komperatif, yaitu perusahaan secara langsung atau



tidak langsung membandingkan mereknya dengan satu atau lebih merek lain.

Ketiga, periklanan pengikat yaitu periklanan untuk membantu memelihara hubungan pelanggan dan membuat konsumen terus mengikat produk tersebut.<sup>14</sup>

Pertimbangan penggunaan media yang akan digunakan dalam pemasangan iklan di suatu media<sup>15</sup> antara lain:

- a) Jangkauan media yang akan digunakan.
- b) Sasaran atau konsumen yang akan dituju.
- c) Tujuan iklan tersebut.
- d) Biaya yang akan dikeluarkan.

## 2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembeli produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.<sup>16</sup> Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik

---

<sup>14</sup>Dr. H. Nana Herdiana Abdurrahman, S.E., Ak., M.M., *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung, CV Pustaka Setia, 2015, hal. 170.

<sup>15</sup>Kasmir, S.E.,MM., *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo, 2010, hal. 223.

<sup>16</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset, 1998, hal. 229.

untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.<sup>17</sup>

### 3) Publisitas (*Publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas adalah bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang dan jasa non personal, yang mana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu.<sup>18</sup> Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabah, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

### 4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. *Personal selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan atau pembeli untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.<sup>19</sup> Dalam dunia Perbankan penjualan pribadi

---

<sup>17</sup>Kasmir, S.E.,MM., *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo, 2010, hal.224.

<sup>18</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset, 1998, hal. 228.

<sup>19</sup>*Ibid.*, hal. 224

secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, melalui *cleaning service*, satpam bahkan sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service asisten*.<sup>20</sup>

Pembagian alat promosi diatas membantu dalam tiga segi, yaitu:

- a) Membantu perusahaan untuk menentukan alat yang akan paling bermanfaat untuk mencapai sasaran tertentu.
- b) Membantu perusahaan untuk menentukan pembagian anggaran untuk masing-masing alat promosi. Pada umumnya tidak ada satu-satunya alat yang paling tepat, melainkan gabungan dari lima unsur yang paling tepat untuk kebutuhan pada saat tertentu.
- c) Memberi gambaran kasar apa yang dilakukan oleh masing-masing alat promosi.<sup>21</sup>

#### b. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.<sup>22</sup> Produk secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya,

---

<sup>20</sup>Kasmir, S.E.,MM., *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo, 2010, hal.224

<sup>21</sup>Meliana, *Promosi Penjualan*, Jakarta, Binapura Aksara Publisher, 2010, hal.28.

<sup>22</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset, 1998, hal. 95.

apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk.

Pada praktinya produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba atau dirasakan. Seperti: buku, meja, kursi, rumah, mobil dan lain-lain. Sedangkan produk yang tidak berwujud disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi dan ide-ide.

Menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Nana Herdiana jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dengan suatu produk fisik.<sup>23</sup>

Dalam dunia perbankan dimana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka ciri-ciri produk yang berbentuk jasa<sup>24</sup> tersebut adalah:

1) *Intangibility* (Tidak Berwujud)

Artinya, jasa tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dimiliki.

2) *Inseparability* (Tidak Terpisahkan)

Artinya, si pembeli jasa dengan penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain.

---

<sup>23</sup> Dr. H. Nana Herdiana Abdurrahman, S.E., Ak., M.M., *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung, CV Pustaka Setia, 2015, hal. 104.

<sup>24</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2010, hal. 123.

3) *Variability* (Bervariasi atau Beraneka Ragam)

Artinya, jasa dapat diperjualbelikan dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu atau sifat.

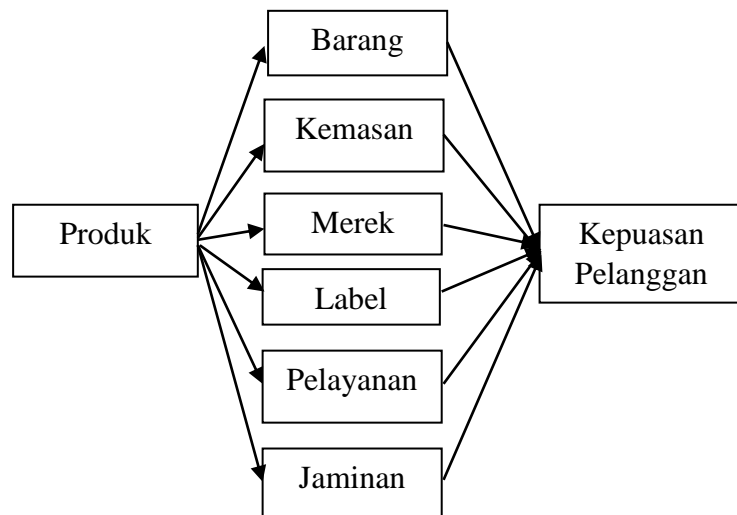
4) *Perishability* (Tidak Tahan Lama)

Artinya, mudah lenyap dan tidak tahan lama. Maksudnya jasa tidak dapat disimpan, begitu jasa dibeli, maka akan segera dikonsumsi.

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atau sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya.<sup>25</sup> Secara lebih rinci, konsep produk total akan disajikan pada tabel 1.4 dibawah ini.

---

<sup>25</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset, 1998, hal. 96.

**Tabel 1.4 Konsep Produk Total**

Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya, produk yang ditawarkan oleh bank ke nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing. Produk yang berkualitas tinggi disebut juga produk plus.<sup>26</sup>

Produk yang berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh bank akan memberikan berbagai keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Adapun keuntungan produk plus antara lain:

- 1) Dapat meningkatkan penjualan, mengingat nasabah akan tertarik untuk membeli dan mempertahankan produk yang memiliki nilai lebih dengan terus melakukan transaksi.
- 2) Menimbulkan rasa bangga bagi nasabah yang memiliki produk plusnya di tengah-tengah masyarakat.

<sup>26</sup>Kasmir, S.E., MM., *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo, 2010, hal. 196.

3) Menimbulkan rasa kepercayaan yang tinggi sehingga dapat mempertahankan nasabah lama dan menggaet nasabah baru.

4) Menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah yang bersangkutan.

Pada praktiknya untuk menciptakan produk plus bukanlah perkara mudah. Banyak faktor yang harus dipertimbangkan atau dengan kehadiran kata lain kehadiran produk plus sangat tergantung dari berbagai pihak yang terkait dengan produk tersebut.<sup>27</sup> Secara umum produk plus sangat tergantung dari:

1) Pelayanan yang prima, artinya pelayanan terhadap produk yang dijual harus dilakukan secara baik. Sehingga nasabah cepat mengerti dan memahami produk tersebut dibandingkan dengan produk lainnya.

2) Pegawai yang professional, artinya memiliki kemampuan untuk menjelaskan dan mempengaruhi nasabah sehingga mau membeli produk yang ditawarkan.

3) Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dapat menunjang kelebihan produk yang diminati, seperti kecanggihan dan kelengkapan teknologi yang dimilikinya, sehingga mampu melayani nasabah dengan cepat dan tepat.

4) Lokasi dan lay out gedung dan ruangan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah selama berhubungan dengan bank. Lokasi yang tidak strategis membuat nasabah malas

---

<sup>27</sup>*Ibid., hal. 197.*

untuk mendatangi bank. Demikian pula dengan lay out ruangan yang tidak baik menyebabkan nasabah bosan untuk berhubungan dengan bank.

- 5) Nama baik bank, menjadi jaminan bagi nasabah untuk membeli produk bank. Oleh karena itu, bank harus pandai menjaga nama baik, mengingat jasa bank yang ditawarkan merupakan bisnis kepercayaan.

#### c. Harga

Harga merupakan elemen ketiga dari bauran pemasaran dan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya.

Secara sederhana harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dapat juga diartikan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen.<sup>28</sup>

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Terutama bagi perbankan, harga bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil.<sup>29</sup> Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan

---

<sup>28</sup> Dr. H. Nana Herdiana Abdurrahman, S.E., Ak., M.M., *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung, CV Pustaka Setia, 2015, hal. 109.

<sup>29</sup> Kasmir, S.E., MM., *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo, 2010, hal. 205.



efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.<sup>30</sup>

Penetapan harga harus diarahkan ke tercapainya suatu tujuan, sasaran penetapan harga ini dapat dibagi menjadi tiga<sup>31</sup>, yaitu:

- 1) Berorientasi kepada laba, untuk:
  - a) Mencapai target laba investasi atau laba penjualan bersih.
  - b) Memaksimalkan laba.
- 2) Berorientasi pada penjualan, untuk:
  - a) Meningkatkan penjualan.
  - b) Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar.
- 3) Berorientasi pada status quo, untuk:
  - a) Menstabilkan harga.
  - b) Meningkatkan persaingan.

Tujuan penentuan harga adalah untuk bertahan hidup suatu perusahaan, memaksimalkan laba, memperbesar market share, meningkatkan mutu produk, dan membandingkan dengan harga

---

<sup>30</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset, 1998, hal.151.

<sup>31</sup>William J Stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid Satu Terjemahan Yohanes Lamarto*, Jakarta, Erlangga, 1984, hal. 311.

pesaing yang ada. Setelah ditentukan tujuan penentuan harga, selanjutnya adalah penentuan harga suatu produk.<sup>32</sup>

#### d. Pelayanan

Pelayana merupakan tindakan atau perbuatan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya yang bersifat tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Pada umumnya pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi sehingga mengakibatkan pembelian yang lebih sering. Memberikan pelayanan yang baik merupakan suatu usaha produsen untuk memuaskan pelanggannya, dimana apabila pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut telah memberikan pelayanan yang baik.

Menurut Pelopor riset akademis, Berry, parasuraman dan Zeuthaml yang dikutip oleh Philip Kotler memberikan sepuluh pelajaran penting untuk meningkatkan kualitas jasa di seluruh Indonesia.<sup>33</sup>

- 1) Mendengarkan apa yang diinginkan nasabah atau pelanggan.
- 2) Keandalan.
- 3) Layanan dasar.
- 4) Desain jasa.
- 5) Pemulihan.
- 6) Memberi kejutan kepada pelanggan.

---

<sup>32</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabet, 2011, hal. 169.

<sup>33</sup>Philip Kotler dan K.L Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga, 2008, hal. 44.

- 7) Berlaku adil.
- 8) Kerja Tim.
- 9) Riset karyawan.
- 10) Kepemimpinan yang melayani.

e. Lokasi

Lokasi merupakan tempat penyampaian produk kepada konsumen. Penentuan lokasi suatu perusahaan merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Perusahaan yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan konsumen dalam berurusan dengan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Bilas yang dikutip oleh Suprayitno mendefinisikan pasar sebagai berikut:

*“Market is a place where buyers and sellers come together to buy and sell their resources and goods and services.”<sup>34</sup>*

Bagi perusahaan non-bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang, sedangkan penentuan bagi industri Perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang.

Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau cabang kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan jasa

---

<sup>34</sup>Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang, UIN-Malang Press, 2008, hal. 48.

yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.<sup>35</sup>

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatkan biaya yang akan dikeluarkan. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.

Secara khusus paling tidak ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi suatu bank<sup>36</sup>, yang akan disajikan pada tabel 1.5 berikut ini:

**Tabel 1.5 Faktor Pertimbangan Penentuan Lokasi Bank**

Faktor Utama	Faktor Pendukung
1) Dekat dengan pasar. 2) Dekat dengan perumahan. 3) Tersedia tenaga kerja, baik umlah maupun kualifikasi yang diinginkan. 4) Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya atau kereta api atau	1) Biaya untuk investasi dilokasi seperti biaya pembelian tanah atau pembangunan gedung. 2) Prospek perkembangan harga tanah, gdung, atau kemajuan di lokasi tersebut.

<sup>35</sup>Kasmir, S.E., MM., *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo, 2010, hal. 215.

<sup>36</sup>Kasmir, S.E., MM., *Pemasaran Perbankan Edisi Revisi ke-3*, Jakarta, Kencana, 2008, hal. 185.

<p>pelabuhan laut maupun peabuhan udara.</p> <p>5) Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon, dan sarana lainnya.</p> <p>6) Sikap masyarakat.</p>	<p>3) Kemungkinan untuk perluasan lokasi tersebut.</p> <p>4) Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan.</p> <p>5) Masalah pajak dan peraturan perburuhan di daerah setempat.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4. Jenis Produk Bank

Praktik sehari-hari berbagai jenis jasa bank yang ditawarkan kepada masyarakat. Kelengkapan jenis produk bank yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank itu sendiri. Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan semakin baik, untuk memperoleh produk bank nasabah cukup mendatangi bank saja. Produk bank tersebut meliputi:

- a. Menghimpun dana (*Funding*) dalam bentuk:
  - 1) Rekening Giro.
  - 2) Rekening Tabungan.
  - 3) Rekening Deposito.
- b. Menyalurkan dana (*Lending*) dalam bentuk:
  - 1) Kredit Investasi.
  - 2) Kredit Modal Kerja.

3) Kredit Perdagangan.

c. Memberikan jasa Bank lainnya (*Service*) seperti:

1) Menerima berbagai setoran antara lain:

- a) Pembayaran Listrik.
- b) Pembayaran Pajak.
- c) Pembayaran Uang Kuliah.

2) Melayani berbagai pembayaran seperti:

- a) Gaji, Pensiun dan Honorarium.
- b) Pembayaran Dividen.
- c) Pembayaran Bonus atau Hadiah.

3) Berperan dalam pasar modal seperti:

- a) Perantara perdagangan efek (*pialang atau broker*).
- b) Perdagangan efek (*Dealer*).
- c) Perusahaan pengelola dana (*Investment Company*).<sup>37</sup>

4) *Transfer* (Kiriman Uang).

5) Dan lainnya.

Karena produk bank merupakan jasa yang menjadikan kepercayaan sebagai senjata utama, maka dalam hal menjalankan bisnisnya bank perlu memperhatikan hal-hal berikut:

- a. Kualitas bankir (karyawan) dalam melayani nasabah.

---

<sup>37</sup> Kasmir, S.E., MM., *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo, 2010, hal. 198.

- b. Kualitas yang disajikan oleh para bankir terhadap nasabah yang ditunjukkan dari kemampuannya.
  - c. Teknologi atau peralatan yang digunakan dalam melayani nasabah.
  - d. Kemasan atau bentuk jasa yang diberikan.
  - e. Merek bagi setiap jasa yang ditawarkan.
  - f. Ada jaminan terhadap jasa yang diberikan.
5. Produk Tabungan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS)

Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) KC Tasikmalaya. Yang menggunakan aplikasi dua akad pada penghimpunan dananya yaitu akad wadiah dan mudharabah. Berikut produk tabungan BRI Syariah yang menggunakan akad wadiah dan mudharabah. Disajikan pada tabel 1.6 di bawah ini.

**Tabel 1.6 Produk Tabungan BRI Syariah Yang Menggunakan Akad Wadiah dan Mudharabah**

Akad Wadiah	Akad Mudharabah
Tabungan Faedah BRISyariah iB	Tabungan Haji BRISyariah iB
TabunganKu	Tabungan Haji Valas BRISyariah iB
Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah iB	Tabungan Impian BRISyariah iB
Giro BRISyariah iB	Deposito BRISyariah iB

Sumber Data: [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)

Dari tabel di atas, masing-masing produk memiliki kegunaan, manfaat keunggulan dan spesifikasi yang berbeda-beda yang bisa dipilih oleh nasabah sesuai dengan keinginannya masing-masing, misalnya pada produk tabungan yang menggunakan akad wadiah yang setoran awalnya ringan dan tidak dikenakan biaya administrasi bulanan, seperti:

- a. Tabungan Faedah BRI Syariah iB adalah produk simpanan dari BRI Syariah untuk nasabah non-perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.
- b. TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- c. Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.
- d. Giro BRI Syariah iB adalah produk simpanan dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan untuk kemudahan transaksi



bisnis sehari-hari dimana penarikan dana menggunakan cek dan bilyet giro.<sup>38</sup>

Adapun produk BRI Syariah yang menggunakan akad mudharabah yang merupakan simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah, dalam hal ini bank berikan kekuasaan untuk mengelola dana tersebut sesuai dengan syariah, seperti:

- a. Tabungan Haji BRI Syariah iB adalah produk simpanan dari BRISyariah bagi calon jemaah haji reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).
- b. Tabungan Haji Valas BRI Syariah iB adalah produk simpanan dari BRI Syariah bagi calon haji khusus yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).
- c. Tabungan Impian BRI Syariah iB adalah produk simpanan berjangka dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah (kurban, liburan, belanja) dengan terencana memakai mekanisme autodebet setoran rutin bulanan.
- d. Deposito BRI Syariah iB adalah produk investasi berjangka dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberi keuntungan optimal.

Pada BRI Syariah juga terdapat perbedaan fasilitas dan mekanisme yang berbeda antara produk tabungan wadiah dan mudharabah.<sup>39</sup> Berikut

---

<sup>38</sup>Produk Tabungan, [www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-brisyariah](http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-brisyariah).

ini perbedaan fasilitas dan mekanisme akad wadiah dan mudharabah yang akan disajikan pada tabel 1.7 di bawah ini.

**Tabel 1.7 Perbedaan Fasilitas dan Mekanisme Akad Wadiah dan Mudharabah**

AKAD WADIAH	AKAD MUDHARABAH
<p>Deskripsi:</p> <p>Produk simpanan dari BRI Syariah untuk nasabah perseorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.</p>	<p>Deskripsi:</p> <p>Produk simpanan berjangka dari BRI Syariah untuk nasabah perseorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana memakai mekanisme autodebet setoran rutin bulanan.</p>
<p>Akad:</p> <p>Wadiah</p>	<p>Akad:</p> <p>Mudharabah</p>
<p>Jenis Produk Tabungan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tabungan Faedah BRISyariah iB</li> <li>2. TabunganKu</li> <li>3. Simpenan Pelajar (SimPel) BRISyariah iB</li> <li>4. Giro BRISyariah iB</li> </ol>	<p>Jenis Produk Tabungan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tabungan Haji BRISyariah iB</li> <li>2. Tabungan Haji Valas BRISyariah iB</li> <li>3. Tabungan Impian BRISyariah iB</li> <li>4. Deposito BRISyariah iB</li> </ol>
<p>Fasilitas/Keunggulan:</p> <p>Beragam FAEDAH (Fasilitas</p>	<p>Fasilitas/Keunggulan:</p> <p>Mendapatkan buku tabungan dan</p>

<p>Serba Mudah).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ringan setoran awal RP. 100.000.</li> <li>2. Gratis biaya administrasi bulanan.</li> <li>3. Gratis biaya kartu ATM bulanan.</li> <li>4. Biaya tarik tunai murah diseluruh ATM BRIS, Bersama &amp; Prima.</li> <li>5. Biaya transfer murah atas jaringan ATM BRI, Bersama &amp; Prima.</li> <li>6. Biaya cek saldo murah di jaringan ATM BRI, Bersama &amp; Prima.</li> <li>7. Biaya debit prima murah.</li> </ol> <p>Dilengkapi dengan berbagai fasilitas e-channel berupa SMS Banking, Mobile Banking dan Internet Banking.</p> <p>Jika saldo sebelum transaksi lebih besar sama dengan RP.500.000 maka diskon 50% untuk biaya transaksi e-channel.</p>	<p>sertifikat asuransi</p>
<p>Syarat Dan Ketentuan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melampirkan Foto Copy KTP.</li> <li>2. Melampirkan NPWP.</li> </ol>	<p>Syarat Dan Ketentuan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk)</li> <li>2. Melampirkan fotokopi</li> </ol>

	<p>NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)</p> <p>3. Memiliki produk Tabungan Faedah BRI Syariah iB sebagai rekening induk.</p>
<p>Biaya:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya administrasi bulanan tabungan:GRATIS.</li> <li>2. Biaya administrasi bulanan kartu ATM:GRATIS.</li> <li>3. Biaya rekening pasif:GRATIS.</li> <li>4. Biaya re-aktivasi rekening pasif:GRATIS.</li> <li>5. Biaya penggantian buku tabungan karena habis:GRATIS.</li> <li>6. Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak: Rp 5.000</li> <li>7. Biaya pembuatan kartu ATM karena rusak/hilang: Rp 15.000</li> <li>8. Biaya dibawah saldo minimum Rp 12.500</li> <li>9. Biaya penutupan rekening Rp 25.000</li> </ol>	<p>Biaya:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya penutupan rekening sebelum jatuh tempo: Rp 50.000,-</li> <li>2. Biaya administrasi bulanan: GRATIS.</li> <li>3. Biaya premi asuransi: GRATIS.</li> <li>4. Biaya autodebet setoran rutin: GRATIS.</li> <li>5. Biaya gagal audebet: GRATIS.</li> </ol>
<p>Fitur:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Setoran awal Rp 100.000</li> </ol>	<p>Fitur:</p>

<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Saldo minimum Rp 50.000</li> <li>3. Info saldo, info mutasi 5 transaksi terakhir, ganti PIN, transfer, dan registrasi SMS Banking melalui ATM.</li> <li>4. Pembayaran tagihan rutin Telkom PSTN, Telkom Flexy, Telkom Speedy (Internet), Telkomsel Halo,XL,Smartfren, Axis dan Esia, PLN Taglist, Telkom Vision, Indosat.</li> <li>5. Pembayaran PLN non-taglist (tunggakan, denda tambah biaya, dan lainnya).</li> <li>6. Pembelian pulsa prabayar Simpati,As,XL,Smartfren, Axis,Esia dan Indosat.</li> <li>7. Pembelian token PLN Prepaid.</li> <li>8. Pembayatran SPP TK Khadijah Surabaya, SD Al-Muttaqin Tasikmalaya, SMP Khadijah Surabaya, SMA Khadijah Surabaya, SMAN 10 Padang, SMA 7 Yogya, STIKES Aisiyah Yogya, UNISBA,UIN Suska Riau, Univ. syiah Kuala Aceh, Universitas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minimum setoran awal Rp 50.000,-</li> <li>2. Setoran berikutnya Rp10.000,-</li> <li>3. Saldo minimal Rp 50.000,-</li> <li>4. Jangka waktu 12 – 240 bulan (kelipatan 12 bulanan) atau hingga usia Penabung saat jatuh tempo maks. 65 tahun.</li> <li>5. Dana hanya dapat ditarik pada saat jatuh tempo melalui rek. Induk.</li> <li>6. Dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan.</li> <li>7. Tidak dapat dilakukan perubahan jangka waktu, nilai setoran rutin bulanan, rek induk.</li> <li>8. Dapat dilakukan setoran non-rutin.</li> </ol>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Riau, Madrasah Mualimin Yogya, Yayasan Panca Budi, Al-Azhar BSD Jakarta.</p> <p>9. Donasi Zakat, Infaq, Shadaqoh, Qurban dan Wakaf.</p> <p>10. Transfer ke rekening di jaringan BRILink, ATM Bersama dan ATM Prima.</p> <p>11. Belanja menggunakan debit prima.</p> <p>12. Pembelian token PLN Prepaid.</p> <p>13. Pembayaran pembelian tiket KAI dan Merpati.</p> <p>14. Pembayaran SPP.</p>	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Sumber Data: [www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-brisyariah](http://www.brisyariah.co.id/?q=tabungan-brisyariah)

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan jika tabungan dari kedua akad tersebut mempunyai konsep dan mekanisme yang berbeda. Sehingga dengan adanya spesifikasi-spesifikasi tentang kedua produk bank tersebut, nasabah akan lebih mudah dalam menentukan produk tabungan yang mana yang akan mereka pilih. Selain itu dapat dilihat dari masing-masing spesifikasi, kelebihan dan kekurangan dari masing-masing produk tabungan BRISyariah KC Tasikmalaya. Pada umumnya untuk tabungan dengan akad wadiah adalah konsumen atau nasabah yang benar-benar ingin melakukan *saving* sesuai dengan prinsip syariah. Sedangkan, bagi

nasabah yang memilih menggunakan produk tabungan dengan akad mudharabah adalah nasabah atau konsumen yang memiliki tujuan melakukan investasi terhadap uang mereka tanpa meninggalkan unsur kehalalan sesuai syariat Islam.

## 6. Al-Wadiah

### a. Pengertian Wadiah

Menurut Herry Sutanto Al-wadiah atau dikenal dengan nama titipan atau simpanan, merupakan titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik perseorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja apabila si penitip menghendaki.<sup>40</sup> Hal-hal yang harus diperhatikan dalam Al-wadiah adalah sebagai berikut:

- 1) Penerima simpanan disebut *Yad Al-Amanah* yang artinya tangan amanah. Si penyimpan tidak bertanggung jawab atas segala kehilangan dan kerusakan yang terjadi pada titipan selama hal itu bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan dalam memelihara barang titipan.
- 2) Penggunaan barang titipan harus terlebih dulu meminta izin kepada si pemilik uang dan dengan catatan si pengguna uang menjamin akan mengembalikan uang tersebut secara utuh. Dengan demikian prinsip *Yad Al-Amanah* (tangan amanah) menjadi *Yad Dhamanah* (tangan penanggung).

---

<sup>40</sup>Herry Sutanto, S.E., MM., dan Khaerul Umam, S.IP.,M.Ag., *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung, Pustaka Setia, 2013, hal. 179.

- 3) Konsekuensi dari ditetapkannya prinsip *Yad Dhamanah* adalah pihak bank akan menerima seluruh keuntungan dari penggunaan uang, tetapi sebaliknya bila mengalami kerugian juga harus ditanggung oleh bank.
- 4) Sebagai imbalan kepada pemilik dana disamping jaminan keamanan uangnya, pemilik dana juga akan memperoleh fasilitas lainnya seperti insentif atau bonus untuk giro wadiah. Artinya bank tidak dilarang untuk memberikan jasa atas pemakaian uangnya berupa insentif atau bonus, dengan catatan tanpa perjanjian terlebih dulu, baik nominal maupun persentase dalam hal ini murni merupakan kebijakan bank sebagai pengguna uang. Pemberian jasa berupa insentif atau bonus biasanya digunakan istilah nisbah atau bagi hasil antara bank dengan nasabah. Bonus biasanya diberikan kepada nasabah yang memiliki dana rata-rata minimal yang telah ditetapkan.
- 5) Dalam praktiknya nisbah antara bank (*Shahibul Maal*) dengan deposan (*Mudharib*) biasanya bonus untuk giro wadiah sebesar 30%, nisbah 40%:60% untuk simpanan tabungan dan nisbah 45%:55% untuk simpanan deposito.

#### Contoh Rekening Giro Wadiah

Tn. Ridho memiliki rekening giro wadiah di bank muamalat sungailiat dengan saldo rata-rata pada bulan Mei 2008 adalah Rp 1.000.000,-. Bonus yang diberikan bank muamalat Bandung kepada nasabah adalah 30% dengan saldo rata-rata minimum Rp 500.000,-. Diasumsikan total dana giro wadiah di bank muamalat Bandung adalah Rp 500.000.000,-.



Pendapat bank mualamat Bandung dari penggunaan Giro Wadiah adalah Rp 20.000.000,-.

Bonus yang akan didapat:

Bonus yang diterima Tn. Ridho:

=Rp 1.000.000,- X Rp 20.000.000,- X 30%

                                  
Rp 500.000.000,-. (sebelum dipotong pajak)

=Rp 12.000<sup>41</sup>

b. Rukun Wadiah

- 1) Muwadih (orang yang menitipi).
- 2) Wadi'l (orang yang dititipi barang).
- 3) Wadiah (barang yang dititipi).
- 4) Shigot (ijab dan qabul).

c. Syarat Rukun Wadiah

- 1) Muwadi dan wadi'l harus balig, berakal dan dewasa.
- 2) Wadiah harus sesuatu harta yang berada dalam kekuasaan atau tangannya secara nyata.

d. Memperhitungkan Pemberian Bonus Tabungan Wadiah

Pada pemberian bonus wadiah terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan adalah:

- 1) Tarif bonus wadiah merupakan besar tarif yang diberikan Bank sesuai ketentuan.
- 2) Saldo terendah adalah saldo terendah dalam satu bulan.

---

<sup>41</sup>*Ibid.*

- 3) Saldo rata-rata harian adalah total saldo dalam satu bulan dibagi hari bagi hasil sebenarnya menurut bulan kalender. Misalnya, bulan januari 31 hari, bulan februari 28/29 hari, dengan catatan satu tahun 365 hari.
- 4) Saldo harian adalah saldo pada akhir hari.
- 5) Hari efektif adalah hari kalender tidak termasuk hari tanggal pembukaan atau tanggal penutupan, tapi hari tanggal tutup buku.
- 6) Dana tabungan yang mengendap kurang dari satu bulan karena rekening baru dibuka awal bulan atau ditutup tidak pada akhir bulan tidak mendapat bonus wadiah, kecuali apabila perhitungan bonus wadiah dasar saldo harian.<sup>42</sup>

e. Fitur dan Mekanisme

- 1) Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak sebagai penitip dana.
- 2) Bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah.
- 3) Bank dapat membebaskan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening.
- 4) Bank menjamin pengembalian dana titipan nasabah, dan

---

<sup>42</sup>Ir.Adiwarman A. Karim, S.E., MBA., M.A.E.P, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan keuangan*, Jakarta, Raja Grafindo, hal. 369.

5) Dana titipan dapat diambil setiap saat oleh nasabah.<sup>43</sup>

f. Landasan Syariah

1) Al-Qur`an

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*” (An-Nisa:4:58).<sup>44</sup>

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ  
فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ

اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتَمٌ

قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya “*Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan*

<sup>43</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta, Rajawali Pers, 2015, hal. 36.

<sup>44</sup>Q.S. An-Nisa [4]: 58.

*Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Al-Baqarah:2:283).<sup>45</sup>*

## 2) Al-Hadist

عن أبي هريرة قال قال النبي صلى الله عليه وسلم أد الأمانة إلى من ائتمنك ولا تخن من خانك .....

Abu Hurairah meriwayatkan bahwa Rasulullah saw. Bersabda, “Sampaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu.” (HR Abu Dawud dan menurut Tirmidzi hadist ini hasan, sedang Hakim mengkategorikan sahih).

## 3) Ijma

Para tokoh ulama Islam sepanjang zaman telah melakukan ijma (konsensus) terhadap legitimasi al-wadiah karena manusia terhadap hal ini jelas terlihat, seperti yang dikutip oleh Dr. Azzuhaily dalam *al-fiqh al-Islami wa Adillatuhu* dari kitab *al-Mughni wa Syarh Kabir li Ibni Qudamah dan Mubsuth li Imam Sarakhsy*.<sup>46</sup>

## 7. Mudharabah

### a. Pengertian Mudharabah

Tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah. Mudharabah mempunyai dua bentuk, yakni *Mudharabah Mutlaqah* dan *Mudharabah Muqayyadah*, yang perbedaan utama di antara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (Pengelola Dana), sedangkan nasabah

<sup>45</sup> Q.S. Al-Baqarah [2]: 283.

<sup>46</sup> Muhammad Antonio Safi`I, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta, Gema Insani, 2001, hal. 86.

beetindak sebagai *shahibul mal* (Pemilik Dana). Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kekuasaan untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad mudharabah dengan pihak lain. Di sisi lain bank syariah juga memiliki sifat sebagai seorang wali amanah (*Trustee*), yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beriktikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.<sup>47</sup>

Dari hasil pengelolaan dana mudharabah, bank syariah akan membagikan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mismanagement* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut.

Pengelolaan harta mudharabah, bank menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan menjadi haknya. Di samping itu, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah penabung tanpa persetujuan yang bersangkutan. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, PPH bagi hasil tabungan mudharabah dibebankan langsung ke rekening tabungan mudharabah pada saat perhitungan bagi hasil.

---

<sup>47</sup>Ir Adiwirman A. Karim, S.E., MBA., M.A.E.P., *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2013, hal. 359.

Perhitungan bagi hasil tabungan mudharabah dilakukan berdasarkan saldo rata-rata harian yang dihitung di tiap akhir bulan dan di buku awal bulan berikutnya.

b. Rukun Mudharabah

- 1) Adanya dua orang atau lebih yaitu sebagai shahibul maal (pemilik dana) dan sebagai mudharib (pengelola dana).
- 2) Adanya objek transaksi kerjasama yaitu modal, jenis usaha dan keuntungan.
- 3) Adanya ijab dan qabul.

c. Landasan syariah

1) Al-Qur`an

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ  
فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”*  
(Al-Jumuah:62:10)<sup>48</sup>

إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَىٰ مِنْ ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ  
وَأُثُلَيْهِ وَطَائِفَةٌ مِنَ الَّذِينَ مَعَكَ ۗ وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ۗ  
عَلِمَ أَنْ لَنْ تُحْصُوهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ ۖ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنَ  
الْقُرْآنِ ۗ عَلِمَ أَنْ سَيَكُونُ مِنْكُمْ مَرْضَىٰ ۙ وَآخَرُونَ  
يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ۙ وَآخَرُونَ

<sup>48</sup> Q.S. Al-Jumuah [62]: 10.

يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْهُ وَأَقِيمُوا  
 الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا وَمَا  
 تَقَدَّمُوا لَأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا  
 وَأَعْظَمَ أَجْرًا وَاسْتَغْفِرُوا لِلَّهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

*Artinya: “Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasanya kamu berdiri (sembahyang) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersama kamu. Dan Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu sekali-kali tidak dapat menentukan batas-batas waktu-waktu itu, maka Dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran. Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan)nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah; sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Al-Muzzamil:73:20).*

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ  
 الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ  
 حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

*Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.” (Al-Maidah:5:1).*

## 2) Hadist

عَنْ صُهَيْبٍ ، قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبُرْكَهُ ، الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ ، وَالْمُقَارَضَةُ ، وَأَخْلَاطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ ، لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ

*Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah) dan mencampur jewawut dengan gandum untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual. ((HR Ibnu Majah, 2289).*

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- أَنَّهُ دَفَعَ إِلَى يَهُودِ خَيْبَرَ نَخْلَ خَيْبَرَ وَأَرْضَهَا عَلَى أَنْ يَعْتَمِلُوهَا مِنْ أَمْوَالِهِمْ وَلِرَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ -شَطْرُ ثَمَرِهَا

*Dari Abdullah bin Umar dari Rasulullah, bahwa Rasulullah menyerahkan kepada bangsa Yahudi Khaibar kebun kurma dan ladang daerah Khaibar, agar mereka menggarapnya dengan biaya mereka sendiri, dengan perjanjian, Rasulullah mendapatkan separuh hasil panennya. (HR. Muslim 4048).*

### 3) Ijma

Para ulama telah berkonsensus atas bolehnya *mudharabah*.

(Bidayatul Mujtahid, karya Ibnu Rusyd (2/136)).

Diriwayatkan, sejumlah sahabat menyerahkan (kepada orang, *mudharib*) harta anak yatim sebagai *mudharabah* dan taka da seorangpun mengingkari mereka. Karenanya, hal itu dipandang sebagai ijma`. (al-Fiqhu al-Islami wa Adillatuhu, Wahbah Zuhaily, 4/838).

#### d. Memperhitungkan Bagi Hasil Tabungan Mudharabah

Pada pembagian hasil tabungan mudharabah ada beberapa hal yang harus diperhatikan adalah:



- 1) Hasil perhitungan bagi hasil Tabungan Mudharabah tanpa mengurangi hak nasabah.
- 2) Pembulatan ke atas untuk nasabah.
- 3) Pembulatan ke bank untuk bank.
- 4) Hasil perhitungan pajak dibulatkan ke atas sampai puluhan terdekat.

Dalam pembagian hasil Bank Syariah menggunakan metode *end of month*, yaitu:

- 1) Pembayaran bagi hasil tabungan mudharabah dilakukan secara bulanan, yaitu pada tanggal tutup buku setiap bulan.
- 2) Bagi hasil bulan pertama dihitung secara proposional hari efektif termasuk tanggal tutup buku, tapi tidak termasuk tanggal pembukaan tabungan.
- 3) Bagi hasil bulan terakhir dihitung secara proporsional hari efektif. Tingkat bagi hasil yang dibayarkan adalah tingkat bagi hasil tutup buku bulan terakhir.
- 4) Jumlah hari sebulan adalah jumlah hari kalender bulan yang bersangkutan (28 hari, 29 hari, 30 hari, 31 hari).
- 5) Bagi hasil bulanan yang diterima nasabah dapat diaflikasikan ke rekening lainnya sesuai permintaan nasabah.

Dari pembahasan di atas, dapat disarikan beberapa ketentuan umum tabungan mudharabah sebagai berikut:

- 1) Dalam transaksi ini, nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
- 2) Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk akad pembukaan rekening.
- 5) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- 6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.<sup>49</sup>

e. Fitur dan Mekanisme

- 1) Bank bertindak sebagai pengelola dana (*Mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*Shahibul maal*).
- 2) Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
- 3) Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang disepakati.

---

<sup>49</sup>*Ibid.,hal. 361.*

- 4) Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening. Pembukaan dan penutupan rekening, dan
- 5) Bank tidak diperbolehkan mengurangi bagian keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta, Rajawali Pers, 2015, hal. 36.