

BAB III

TRUST BUILDING DAN TABUNGAN PADA PERBANKAN SYARIAH

PADA NASABAH DEPOSAN DALAM EKONOMI ISLAM

A. Ruang Lingkup *Trust Building*

1. Pengertian *Trust Building*

Kata *Trust Building* Diambil dari kata *Trust* dan *Building*, *Trust* artinya kepercayaan.¹ Sedangkan *Building* artinya membangun,² Sedangkan *Trust Building* artinya membangun kepercayaan. Sebagai Lembaga Keuangan bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit) serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga dan membangun kepercayaan dari nasabahnya. Karena salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu bank agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan kepercayaan nasabah. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan masyarakat mustahil bank dapat hidup dan berkembang. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang akan dibangun tidak akan

¹Maulana Firdaus, *Kamus 3 Bahasa Indonesia-Arab-Inggris*, (Jakarta : CV. Fajar Mulia), h. 447

²Maulana Firdaus, *Op Cit*, h. 66

efektif.³ adapun indikator dalam membangun kepercayaan nasabah ataupun *Trust Building* yaitu:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan terutama untuk sektor jasa selalu diidentikandengan mutu usaha itu sendiri. Semakin baik dan memuaskan tingkat pelayanannya maka akan semakin bermutu usaha tersebut begitu pula sebaliknya. Sehingga usaha untuk meningkatkan pelayanan selalu dilakukan agar dapat memaksimalkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. manajemen harus memahami keseluruhan layanan yang ditawarkan dari sudut pandang pelanggan.⁴

2. Kejujuran

kejujuran ialah penyelenggaraan yang harus transparansi dari aspek kejujurannya, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktu. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang dipercaya dari segi sikapnya, dan dapat dipercaya dari tutur

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2004), Edisi Pertama Cet Ke 2, h. 203

⁴ [www.academia.edu/3418307/faktor faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas nasabah](http://www.academia.edu/3418307/faktor_faktor_yang_mempengaruhi_kepercayaan_dan_loyalitas_nasabah). 28 september 2014

katanya, dapat dipercaya dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas.⁵

3. Kepedulian

Kepedulian ataupun daya tanggap yaitu berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tanggap serta tepat dan cepat kepada nasabahnya.

4. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah atas produk-produk PT Bank Riau Kepri Cabang Pembantu Syariah Tembilahan, yang ditandai dengan dilakukannya penggunaan suatu produk perbankan secara berulang tanpa terpengaruh situasi dan berbagai strategi pemasaran untuk berpindah ke produk atau jasa perbankan lain karena telah memiliki keyakinan dan sikap positif secara subjektif maupun objektif atas produk atau jasa perbankan tersebut. Nasabah yang memiliki loyalitas juga akan bersedia dengan sukarela untuk merekomendasikan produk yang digunakan pada orang lain.

Loyalitas juga dapat diartikan sebagai suatu perilaku yang diharapkan atas suatu produk atau layanan perbankan yang antara lain meliputi kemungkinan pembelian lebih lanjut atau perubahan perjanjian

⁵Observasi Agustus 2014

layanan perbankan, atau sebaliknya seberapa besarkemungkinan pelanggan akan beralih kepada merk lain atau penyedia layanan perbankan lain. Loyalitas bisa terbentuk apabila nasabah merasa puas dengan merk atau tingkat layanan perbankan yang diterima, dan berniat untuk terus melanjutkan hubungan. Pelanggan bisa menjadi loyal karena adanya hambatan peralihan yang besar berkaitan dengan faktor-faktor teknis, ekonomi atau psikologis, yang dirasakan mahal atau sulit untuk beralih kepada penyedia layanan yang lain.⁶

Kualitas produk sangat berpengaruh dalam menciptakan kepercayaan pelanggan atau nasabah, agar produk yang dibuat dapat diterima oleh pasar, maka pencipta produk haruslah dapat memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu dapat diciptakan setiap waktu, agar dapat menarik calon nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang lama, adapun keuntungan dari produk plus adalah⁷:

1. Untuk meningkatkan penjualan

Dalam hal ini produk yang memiliki nilai lebih akan menjadi pembicaraan antar nasabah, setiap kelebihan produk akan diperbandingkan dengan produk pesaing, sehingga potensi untuk menarik nasabah lain atau menyebabkan nasabah lama untuk menambah konsumsi

⁶ [www.Academia.edu/4131496/Analisis faktor Loyalitas Nasabah-28 September 2014](http://www.Academia.edu/4131496/Analisis_faktor_Loyalitas_Nasabah-28_September_2014)

⁷ M. Nur Rianto Al- Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 140

atas produk perbankan, yang pada akhirnya akan mampu meningkatkan penjualan.

2. Menimbulkan rasa bangga bagi nasabahnya

Produk yang memiliki keunggulan yang memiliki keunggulan dibanding produk pesaing, menyebabkan nasabah yang menggunakan produk tersebut akan bangga dikarenakan keunggulan produk tersebut dibanding produk pesaing. Misalkan layanan prioritas pada perbankan, maka nasabah yang menggunakan layanan prioritas tersebut akan bangga karena ia menerima pelayanan lebih dibanding dengan nasabah lain.

3. Menimbulkan Kepercayaan

Dalam hal ini akan memberikan keyakinan kepada nasabah akan kesenangannya menggunakan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah semakin percaya kepada produk yang dibelinya. Apabila seorang nasabah yakin bahwa produk perbankan yang dibelinya berkualitas tinggi, maka ia akan semakin percaya kepada bank yang bersangkutan. Dalam dunia perbankan faktor kepercayaan adalah faktor utama.

4. Menimbulkan kepuasan

Pada akhirnya nasabah akan mendapatkan kepuasan dari jasa yang dijual sehingga kecil kemungkinan untuk pindah ke produk lain yang ditawarkan oleh pesaing, atau bahkan akan meningkatkan konsumsinya

baik dengan meningkatkan saldo tabungan maupun mencoba produk perbankan lain yang ditawarkan.⁸

Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut *costumer service (CS)* atau ada juga yang Menyebutnya *services asistensi (SA)*.⁹

2. Pengertian *Costumer Service*

Costumer Service berasal dari dua kata yaitu *costumer* yang berarti pelanggan dan *service* yang berarti pelayanan. Sedangkan Pengertian *Costumer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Costumer Service* memegang peran sangat penting dalam dunia perbankan tugas utama seorang CS memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Costumer service* bank dalam melayani para nasabahnya selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. CS juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas *costumer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan. Adapun tugas seorang *costumer service* sesuai dengan fungsinya yaitu:

⁸*Ibid .*, h. 141.

⁹Kasmir.*Op Cit .*, h. 203

a. Resepsionis

CS Bertugas menerima tamu/nasabah yang datang ke bank dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini CS juga harus bersikap selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam, selama melayani nasabah CS tidak diperkenankan, merokok, makan, minum, atau ngobrol sesama karyawan.

b. Deskman

Memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank, kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.

c. Salesman

Menjual produk perbankan, melakukan *cross selling*, mengadakan pendekatan, mencari nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang lama. Serta mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh nasabah, termasuk keberatan dan keluhan nasabah.

d. Customer Relation Officer

Menjaga image bank dengan cara, membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara bank dengan seluruh nasabah.

e. Komunikator

Memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah disamping itu juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.¹⁰

3. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada Bank Syariah

Terdapat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi suatu produk/jasa. Faktor yang memengaruhi tersebut dikemukakan oleh Philip Kotler dalam bukunya Dasar-dasar Pemasaran (2001 :183) yaitu terdiri atas :

1. Faktor Kultural mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh :
 - a. Kultur adalah factor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri maka perilaku konsumen umumnya dipelajari.
 - b. Subkultur mencakup asal kebangsaan, agama, kelompok rasial dan wilayah geografik. Subkultur ini merupakan segmen pasar penting sehingga pemasar sering menemukan manfaat merancang produk dan program yang disesuaikan dengan kebutuhan kelompok subkultur ini.

¹⁰*Ibid* ., h. 204

c. Kelas-kelas social adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan yang keanggotaanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

2. Faktor social seperti :

a. Kelompok kecil seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku seseorang.

b. Anggota keluarga membentuk referensi dan membentuk perilaku konsumen. Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli.

c. Peran dan Status Sosial Konsumen. Setiap peranan membawa status yang mencerminkan harga diri menurut masyarakat di sekitarnya.

3. Faktor pribadi seperti :

a. Usia dan Tahap Daur Hidup. Konsumsi seseorang dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarganya. Para pemasar seringkali menggunakan kelompok siklus ini sebagai sasarannya.

b. Jabatan/Pekerjaan para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk/jasa tertentu.

c. Keadaan ekonomi. Pilihan terhadap suatu produk akan sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi sekarang, yaitu terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan

- polanya), tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap pengeluaran lawan menabung.
- d. Gaya hidup adalah pola hidup dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungannya.
 - e. Kepribadian serta Konsep Diri Pembeli adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungannya yang relatif konsisten. Kepribadian umumnya dijelaskan dengan ciri-ciri seperti : rasa percaya diri, menghargai orang lain, kemampuan sosialisasi, kemampuan mempertahankan diri kemampuan menyesuaikan diri.
4. Faktor Psikologis yaitu :
- a. Motivasi yaitu kebutuhan bersifat biogenik ini timbul dari suatu keadaan psikologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus dan rasa tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan-kebutuhan lain bersifat fisiologis tertentu seperti sifat untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.
 - b. Persepsi yaitu bagaiman orang yang sudah memiliki motivasi sesungguhnya bertindak akan dipengaruhi oleh persepsi pada suatu yang dihadapinya. Dua orang dalam kondisi motivasi yang sama dan tujuan situasi yang sama mungkin akan bertindak secara berbeda karena persepsi mereka terhadap situasi ini berbeda.

- c. Proses belajar, kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar. Para ahli teori proses belajar mengatakan bahwa proses belajar seseorang merupakan hasil yang saling mempengaruhi dari dorongan, rangsangan, isyarat, respon atau tanggapan dan faktor pendukung.
- d. Kepercayaan dan Sikap adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki orang terhadap produk dan pelayanan mereka. Kepercayaan ini membentuk citra produk dan merek.

a. Memahami Sifat-Sifat Nasabah

Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang CS mampu memahami dan mengerti akan sifat masing-masing nasabahnya, hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat-sifat yang berbeda, misalnya daerah asal, agama, pendidikan, pengalaman, dan budaya. Secara umum nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian.¹¹

Berikut ini Sifat-Sifat Nasabah yang Harus dikenal:

a. Nasabah dianggap Sebagai Raja

Petugas CS harus menganggap nasabah itu adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja.

¹¹Kasmir, *op cit*, h. 207

b. Mau dipenuhi Keinginan dan Kebutuhannya

Kedatangan nasabah kebank adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-keluhan.

c. Tidak mau didebat dan disinggung

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Usahakan setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks.

d. Nasabah mau Diperhatikan

Nasabah yang datang kebank pada hakikatnya ingin mendapatkan perhatian. Jangan sekali kali menyepelekan atau membiarkan nasabah.

e. Nasabah Merupakan Sumber Pendapatan Bank

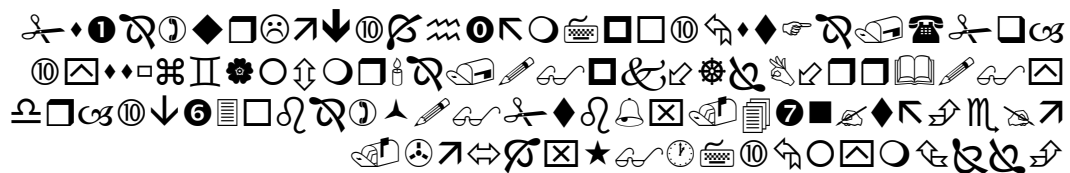
Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan.¹²

b. Sikap Melayani Nasabah

Setelah mengerti sifat-sifat nasabah secara umum, maka langkah atau sikap melayani nasabahnya harus diperhatikan. Karena pelayanan sangat dilakukan oleh perusahaan kepada nasabah agar tetap menggunakan produk dan jasa perusahaan. Kegagalan dalam

¹²Kasmir, *op cit*, h. 207

menyediakan pelayanan yang diinginkan dapat menyebabkan munculnya keluhan dari pelanggan dan membuat perusahaan kehilangan pelanggan. Al-Quran telah mengajarkan kepada kita dan memerintahkan kita dengan perintah yang ekspresif agar kaum muslimin bersifat simpatik, lembut, sapaan yang baik dan sopan apabila dia berbicara dengan orang lain.¹³ Sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran surat An-nisa ayat 86 yang berbunyi:



Artinya: *apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, Maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa). Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu.”*(QS. An-nisa: 86)

Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah:

1. Beri kesempatan nasabah berbicara.
2. Dengarkan baik-baik
3. Jangan menyela pembicaraan.
4. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara
5. Jangan menyerah dan jangan mudah tersinggung
6. Jangan mendebat nasabah .
7. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang

¹³Kasmir, *op cit*, h. 208

8. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.¹⁴

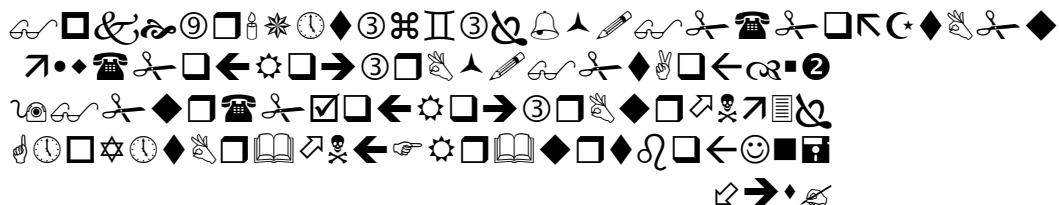
Dalam dunia kerja maupun bisnis langkah awal mendapatkan konsumen adalah dengan membangun kepercayaan. Kepercayaan itulah yang akan membangun suatu kredibilitas perusahaan. Dengan adanya kredibilitas itu akan muncul *respect*. Dengan *respect* ini akan sangat membantu kedua belah pihak dalam transaksi maupun kerja sama. Untuk mencapai tujuan perusahaan membutuhkan tiga hal tersebut yakni, membangun kepercayaan, kredibilitas, dan *respect*. Apabila ketiga hal ini dapat berjalan berkesinambungan maka tak heran bila perusahaan akan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Membangun kepercayaan dalam bekerja sangat penting bagi setiap pekerja. Tanpa adanya kepercayaan rekan sejawat, atasan atau *customers*, maka posisi seseorang akan sulit berkembang. Berikut ini beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk membangun kepercayaan dalam hubungan kerja.

1. Selesaikan pekerjaan tepat waktu, dengan hasil yang memuaskan.
2. Hindari mengeluh dan menyalahkan orang lain.
3. Bila bersalah, segera mengakui kesalahan, minta maaf dan berjanji tidak akan mengulangi.
4. Selalu katakan siap kepada atasan atau pelanggan. Jangan berkata tidak bisa atau "itu bukan tugas saya".
5. Selalu datang tepat waktu pada jam kerja atau saat diundang rapat.
6. Tepati janji yang diucapkan.
7. Bekerja dan bergaul dengan tulus dan siap menolong.

¹⁴*Ibid*, h.208

8. Kedepankan pelayanan, jangan mengedepankan meminta bayaran atau keuntungan.
9. Tampilkan diri sebagai orang yang mengikuti perkembangan, dan bisa memberikan ide-ide bagi kemajuan lembaga.
10. Tunjukkan rasa syukur dan bekerja dengan riang.

Dengan melaksanakan hal-hal di atas, maka keuntungan dan keberhasilan hakikatnya akan kembali pada diri sendiri sebagaimana firman Allah dalam surat al-anfaal : 27



Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”* . (al-anfaal : 27)

Ayat ini menyebutkan secara prioritas tingkatan amanah yang harus ditunaikan oleh setiap orang yang beriman; amanah Allah, amanah Rasul-Nya dan amanah antar sesama orang beriman. Artinya, jika kalian mengkhianati amanat Allah dan Rasul-Nya maka kalian berarti telah mengkhianati amanat di antara kalian sendiri. Dalam kata lain, menjaga kepercayaan Allah dan Rasul-Nya merupakan benteng yang paling kokoh agar seseorang mampu menjaga kepercayaan sesamanya. Lebih ketara lagi bahwa ayat ini diawali dengan seruan

kepada orang-orang yang beriman yang seharusnya menjadi contoh bagi umat yang lain dalam hal menjaga kepercayaan.¹⁵

¹⁵<http://www.dakwatuna.com/2010/01/23/5424/menjaga-kepeaan/#ixzzCJdS1Coc>,03/juni/2014

B. Produk-Produk Tabungan Pada Bank Syariah

1. Pengertian Tabungan

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, namun bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil. Akan tetapi jenis penghimpunan dana tabungan merupakan produk penghimpunan yang lebih minimal biaya bagi pihak bank karena bagi hasil yang ditawarkannya pun kecil namun biasanya jumlah nasabah yang menggunakan tabungan lebih banyak daripada produk penghimpunan yang lain.¹⁶

2. Pengertian Tabungan Wadiah

Berdasarkan undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan azas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan wadiah adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan alat lain yang dipersamakan dengan itu.

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan syariah nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah.¹⁷

¹⁶M. Nur Arianto, *Lok Cit*, h. 34

¹⁷Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers , 2011) Cet. Ke-8, h.345.

1. Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan wadiah, bank syariah menggunakan akad wadiah Yad Adh-Dhamanah. Dalam hal ini nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipkan dana atau barang yang disertakan hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Disisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut. Mengingat wadiah yad dhamanah ini memunyai implikasi hukum serta sama dengan qardh, maka nasabah penitip dan bank tidak boleh saling menjanjikan untuk membagikan keuntungan harta tersebut. Namun demikian, bank diperkenankan memberi bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disyaratkan dimuka. Dengan kata lain, pemberian bonus merupakan kebajikan bank syariah semata yang bersifat sukarela. Tabungan wadiah juga merupakan tabungan yang memberikan imbalan kepada para pemilik dana berupa bonus yang nilainya tidak selalu ditetapkan sejak awal. Tabungan wadiah merupakan investasi dengan

resiko yang rendah. Lagipula tabungan ini dapat ditarik sewaktu waktu, hanya saja penarikanya tidak dapat menggunakan cek. Bonus yang diperoleh dari tabungan wadiah merupakan pembagian keuntungan dengan bank.¹⁸ Tabungan wadiah juga bisa diartikan sebagai simpanan atau titipan pihak ketiga pada bank yang penarikanya hanya dapat dilakukan berdasarkan syarat-syarat tertentu yang telah disepakati antara bank dengan nasabah.¹⁹

Dari pembahasan diatas, dapat disarikan beberapa ketentuan umum tabungan wadiah sebagai berikut:

1. Tabungan wadiah merupakan tabungan besifat titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat (on call) sesuai dengan pemilik harta.
2. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang menjadi milik atau tanggungan bank, sedangkan nasabah penitip tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.
3. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik harta sebagai sebuah inentif selama tidak diperjanjikan dalam akad pembukuan rekening²⁰

¹⁸ Mandala Manurung dk, *Uang, Perbankan, Dan Ekonomi Moneter*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia,2004), h. 299

¹⁹ Sunarto Zulkifli, *panduan praktis perbankan syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim,2007), h. 107.

²⁰*Ibid.*, h. 346

Sebagaimana firman Allah dalam surat (an Nisa’: 58):

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*

Wadi’ah juga merupakan akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan,keamanan,serta keutuhan barang atau uang.²¹

Menurut bank indonesia [1999],wadiah adalah akad penitipan barang/uang antara pihak yang mempunyai barang/uang dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan,keamanan,serta keutuhan barang/uang.

2. Macam-Macam Tabungan Wadiah

a. Wadi’ah Yad Amanah

Merupakan transaksi penitipan barang/uang ketika pihak menerima titipan tida diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititipkan dan ti bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima

²¹ Nurnasrina *Perbankan Syariah 1* (Pekanbaru Suska Press, 2012) h. 83

titipan. Hingga penulisan buku ini belum ada produk wadi'ah yad amanah yang diterapkan oleh bank syariah, adapun safe deposite box disepakati DSN dengan akad ijarah.

b. Wadiah Yad Dhamanah

Transaksi penitipan barang atau uang ketika pihak menerima titipan dengan atau tanpa seizin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan barang/uang titipan, dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang atau uang titipan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang/uang tersebut menjadi hak penerima titipan. Produk yang digunakan dalam akad ini adalah giro wadiah dan tabungan wadiah.²²

Secara istilah banyak defenisi yang diberikan para ulama terhadap pengertian *wadiah*. Akan tetapi diantara defenisi-defenisi tersebut mempunyai suatu pemahaman yang sama. Dibawah ini peneliti memuat beberapa defenisi tentang *wadiah* menurut pendapat para ekonom muslim dan juga sebagian ulama, yaitu :

1. Wadiah yaitu Akad seseorang kepada yang lain dengan menitipkan suatu benda untuk dijaganya secara layak (sebagaimana halnya kebiasaan). Apabila ada kerusakan pada benda titipan, padahal benda tersebut sudah dijaga sebagaimana layaknya, maka penerima titipan

²²*Ibid*, h. 84

tidak wajib menggantikannya, tetapi bila kerusakan itu disebabkan oleh kelalaiannya, maka ia wajib menggantinya.²³

2. Al-wadiah adalah titipan atau simpanan, yaitu titipan murni dari suatu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipenitip menghendaki.²⁴
3. Yang dimaksud dengan wadiah ialah suatu barang yang dititipkan oleh seseorang atau wakilnya kepada yang lainnya dengan harapan dijaga atau dipelihara dengan baik.²⁵
4. Wadiah didefinisikan menurut mazhab hukum maliki, sebagai “melakukan kontrak kegenan untuk tujuan melindungi kekayaan seseorang.” Definisi yang diberikan oleh hanafi, syafi’i dan hanbali setuju atas unsur pertama dari definisi ini, yaitu pemutusan kepada kelompok lain yang berfungsi melindungi kekayaan seseorang. Ketika uang disimpan di bank, uang itu, menurut pandangan ini, adalah untuk perlindungan, atau dengan kata lain untuk keamanan. Ini biasanya juga disetujui oleh para ahli hukum awal bahwa ketika objek wadiah adalah uang.²⁶
5. Al-wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipenitip menghendaki.²⁷

3. Tabungan Mudharabah

²³ Hendi suhendi, *fiqih muamalah*, (jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 182

²⁴ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 255

²⁵ Syafii Jafri, *Fiqih Muamalah* (Pekanbaru: Suska Perss, 2008), h. 121.

²⁶ Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 174.

²⁷ Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 85.

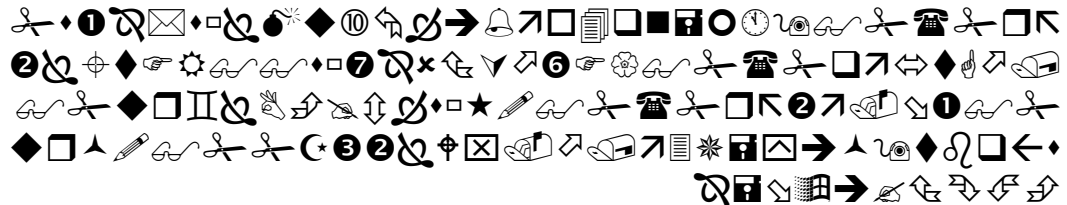
a. Pengertian Tabungan Mudharabah

Yang dimaksud dengan tabungan mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad kerja sama antara pemilik dana (nasabah) dan pengelola dana atau mudarib (bank), dimana pemilik dana menyerahkan uangnya kepada mudarib untuk dimanfaatkan atau dikelola, dengan ketentuan bahwa pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang ditetapkan diawal dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Bank mudarib hanya bisa mengelola dana tersebut dengan batasan-batasan yang ditetapkan oleh pemilik dana/nasabah/shahibul mall, misalnya pembatasan waktu, jenis usaha, tempat usaha, atau jenis pelayanan tertentu.²⁸

Sesuai dengan batasan batasan mudharabah. Yaitu bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul mal (pemilik dana), bank syariah dalam kapasitasnya sebagai mudharib, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad mudharabah dengan pihak lain. Namun, disisi lain, bank syariah juga memiliki sifat sebagai wali amanah (trustee), yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta bertiktikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya. Dalam konteks bank syariah, produk mudharabah bermakna bank merupakan investor tunggal dengan bagi hasil, dimana semua resiko finansial ditanggung oleh bank. Sedangkan bila bank sebagai investor mitra, maka produknya disebut

²⁸ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia 2009), h. 158.

sebagai musyarakah. Dalam hal ini, baik keuntungan maupun kerugian ditanggung oleh bank dan nasabah sesuai dengan porsi yang telah dispakati.²⁹ Sebagai mana firman Allah dalam surat Al- Jumu' ah ayat: 10



Artinya: *apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*

Adapun ketentuan umum tabungan berdasarkan mudharabah yaitu:

1. Dalam transaksi nasabah bertindak sebagai shahibul mall 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.
3. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
4. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam 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.³⁰

²⁹Lok cit, Mandala Manurung, h. 226

³⁰Lok cit, Nurnasrina, h. 118.

b. Macam-Macam Tabungan Mudharabah

1. Mudharabah mutlaqah

Dikenal dengan istilah URIA (Unrestricted Investment Account). Dalam mudharabah mutalaqah ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Nasabah tidak memberikan persyaratan apa pun kepada bank mengenai industri ataupun nasabah tertentu yang ingin dibiayai. Jadi bank memiliki kebebasan penuh untuk menyelurkan dana ini kebisnis manapun yang diperkirakan menguntungkan. Dari akad jenis dikembangkan produk tabungan.

2. Mudharabah Muqayyadah

Ada dua jenis mudharabah muqayyadah yaitu:

- a. Yang dikenal dengan RIA (*investment Account*). Mudharabah jenis ini merupakan dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank misalnya disyaratkan untuk syarat tertentu atau disyaratkan digunakan untuk nisbah tertentu (mudharabah muqayyadah on balance sheet).
- b. Yang dikenal dengan mudharabah muqayyadah of balance sheet, mudharabah ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) yang mempertemukan anatra pemilik dana dengan pemilik usaha.³¹

³¹Lok cit, ekonomi islam, h. 258

